

УДК  
7.012:001.891

CHUPRINA N.V., KOLOSNIHENKO M.V.  
Kyiv National University of Technologies and Design

DOI:10.30857/2617-  
0272.2018.3.1.

## **SUBSTANTIATION OF THE FASHION SYSTEM AS THE CONCEPT OF FASHION CONDUCT IN MODERN CONSUMER SOCIETY**

**Purpose.** *Determination of the basic principles of formation and distribution of fashion innovations in society in the context of the functioning of the modern fashion system. Characteristics of fashion innovations as objects of the fashion system and means of fashion communication in the modern consumer society.*

**Methodology.** *The methods of systematization and actualization of literary-analytical information about the principles and stages of design-activity in the formation and distribution of fashion innovations are used in the paper. Accumulation, systematization and implementation of project information is carried out by studying of specialized professional literature on the design activities of leading design brands.*

**Results.** *The basic functional categories of the concept of formation and the occurrence of fashion trends in the fashion system are defined and characterized. The description of the main sources of fashion innovations is given, a comparative analysis of the activity of legislators and distributors of fashion objects is conducted, in the context of their role in the formation, introduction and consumption of fashion trends. The principles of mutual influence of the direction of spreading and the speed of the dissemination of fashion innovation in the society of mass consumption are characterized.*

**Scientific novelty.** *In the paper, the main factors of the formation of fashion innovations in the system of fashion are formulated and the main functional categories of the fashion system as the integrated concept of fashion conduct in the modern society of consumption are defined.*

**Practical significance.** *The paper describes the factors of the formation and realization of topical fashion products that are in line with fashion trends. The appropriateness of their adaptation and implementation in the design of fashion clothes of various classes, from prêt-à-porte to mass market as fashion products of the fashion system is substantiated.*

**Keywords:** *fashion system, fashion product, fashion system object, designer brand, fashion trend, fashion conduct, trendy process.*

**Introduction.** As is known, attempts to explain the factors and criteria for the development of fashion innovations in society appeared in the middle of the XIX century. The social, cultural, and economic parameters of the society development of the particular time were used as the research base. The theories of fashion behavior appeared at that time, have become classical today [12]. They include «trickle-down» theory by G. Zimmel [7], «horizontal distribution» theory by Ch. King [3], «trickle –up» theory by D. Field [2], «demonstrative consumption» theory by T. Veblen [8], and «collective selection» theory by H. Blumer [1], etc. Further concepts of the spread of fashion innovations within a society,

in one way or another, are development of those fundamental concepts. Each of them has its own weak and strong points, however exactly these concepts still influence the emergence, formation and degradation of certain fashion trends, as well as the formation of new fashion standards. The paper argues that today, exactly these factors influence the creation of fashion products and development of mechanisms of the fashion system functioning.

**Problem formulation.** The purpose of this article is to determine the basic principles of the development of trends and innovations in the modern fashion system and base it as an integrated concept of fashion behavior in

modern consumer society. In addition, the main functional categories of the fashion system as a concept of fashion behavior in the modern consumer society are considered in the paper.

**Research results.** In the above concepts, which characterize the formation and occurrence of fashion innovations, directions of the spread of fashion trends and their driving force were described, but today, due to the democratization of society, many alternative sources and directions of their movement have appeared. In particular, in modern consumer society, there are many social groups with their own ways of spreading fashion innovations, and the class concept of the "elite of society" has become the «elite» of individual social or professional groups and in essence it has ceased to be a closed class, taking representatives of other social groups. [4; 5].

However, we have determined that the basic mechanisms of fashion distribution are the desire of consumers to imitate and individualize at the same time, as well as a constant search for updates that make these concepts viable today, in today's globalized consumer society and fashion systems as patterns of conduct and the spread of trends in this society.

Thus, as practice and previous studies show, the application of concepts of distribution of fashion innovations is possible, and expedient, since they contribute to the compilation of actual forecasts for consumer expectations for all subjects of the fashion system. In the study, the following criteria which are fundamental to understanding the communicative mechanisms of the fashion system have been chosen to characterized the mentioned concepts (Table 1):

- sources of fashion innovations;
- trendsetters of the fashion system objects;
- distributors of the fashion system objects;

- movement direction the of fashion innovation in society;

- spreading speed of the fashion innovation.

Accordingly, it has been determined that all characterized concept of the spread of fashion innovations have their cause-and-effect relationships and the motives for the emergence and development of fashion trends. On their basis, theories of fashion were created, which substantiated the factors of existence and the reasons for changes in fashionable clothes and accessories, as well as standards of beauty in a costume and image of a person. Consequently, according to the empirical analysis of the functioning of fashion system, conducted in this study, the concepts considered classical in the fashion scientific rationale are based on the emergence and spread of fashion innovations in society [16]. Each of them describes one or another aspect that prevails in certain segments or concerns certain groups of participants in the fashion process (Table 1). Accordingly, in order to scientifically substantiate such a complex phenomenon as a modern fashion system, in this paper, the principles of the integrated process of the fashion innovation emergence and development in society have been formulated and presented in Table 2. According the information presented in this table, sources of fashion innovations include:

- fashion designers working in the «haute couture» and «prêt-à-porte de lux» segment, show business (designers serving customers with a taste for demonstrative consumption);

- designers working in the sector of fashion product duplication (from pret-a-porter to the mass market)

- society majority deprived of individuality («anonymous crowd», subcultural groups).

Table 1

**The well-known theories of the emergence and development of fashion innovations**

<b>Categories of concept existence</b>	<b>«Trickle-down» theory by G. Zimmel</b>	<b>«Horizontal distribution» theory by Ch. King</b>	<b>«Trickle – up» theory by D. Field</b>	<b>«Demonstrative consumption» theory by T. Veblen</b>	<b>«Collective selection» theory by H. Blumer</b>
1. Sources of fashion innovations	designers serving the client with taste for demonstrative consumption	designers	subcultural groups	fashion designers working in the segment «haute couture» та «prêt-à-porte de lux», representatives of show business	impersonal majority of society («anonymous crowd»)
2. Trendsetters of the fashion system objects	the most famous and brightest people demonstrating new objects of the fashion system, as a rule, it is the upper class of society	professional leaders of the objects of the fashion system who made a choice from the proposals of designers	professional leaders of the objects of the fashion system who made a choice from the proposals of designers	bohemia and public figures of the upper and middle class	collectively selected standards, formed from the proposals of different social strata
3. Distributors of the fashion system objects	early followers	innovators	innovators	"Elite" of society, public figures and celebrities, mass media	Media and thought leaders
4. Movement direction the of fashion innovation in society	top down social stairs	horizontal movement within the social segment	from the lower class of society to the upper	impersonal motive principle of fashion within the «elits» of social strata	collective choice from a multitude of alternatives among the social strata
5. Spreading speed of the fashion innovation	depends on the ability of the lowest class to see and copy new fashion trends of the upper class strata	fast and simultaneous for all social strata	depends on the sensitivity of the professional leaders of the fashion system objects and the activity of the subcultural groups	as cheaper recognized standards - market saturation	depends on how quickly a majority chooses and takes on alternatives that are dominant

An example of this is adoption by certain fashion designers working in the segment of «haute couture» and «prêt-à-porte de lux» (such as W. Westwood, J.P. Gaultier, G. Versace, etc.) of certain features and images, worldview peculiarities or externals of many subcultures, informal communities, as well as street fashion. According to the aesthetic tastes of their time, they bring these images to the level of high fashion and give them the status of fashion objects [13]. Such fashion objects tend to favorably distinguish their owners from the rest of society, although they are often not adapted for functional use and are aimed at demonstrating fashion innovations to a potential broad consumer by means of show business or mass media. Then, overgrown with the most characteristic figurative and stylistic properties, these objects (fashionable costume and fashionable image) are widely publicized in the media [14]. It is in this way, the fashion objects created for the social elite acquire the status of fashion standards requiring the recognition and use by a general population.

Another functional category of the fashion system as an integrated concept of the emergence and development of fashion innovations in a society is the characterization of *the trendsetters* (Table 2). As defined in the study, in modern consumer society, they are:

- famous and bright people who demonstrate new objects of the fashion system, as a rule, this is an upper society class;
- professional leaders of new objects of the fashion system, who made a choice from the proposals of designers;
- bohemia and public figures of the upper and middle class.

Thus, the role of trendsetters of the fashion system objects was assigned by the first researchers of fashion as the norm of social behavior to representatives of the higher strata of society, as people who, on the one hand, were celebrities, and on the other, their financial capabilities allowed them to

follow all the fashion trends and thus form fashion standards. In addition, at the stage of the formation of fashion as a system, at the beginning of the 20th century, there was one dominant fashion trend, which had its life cycle, and after its completion, was changed by the next trend.

Such consistent changeability of trends, in particular, was due to the mono-vector development of society (including the financial capabilities of the elite in the purchase and consumption of fashion products), the creation of fashion objects according to the principles that nowadays characterize the "high fashion" (individuality of models, the creation of almost sculptural forms by their architectonics and the uniqueness of the technology of hand-made and decoration), as well as their distribution in the society in accordance with mass media development of that time.

The concept of «social elite» has a broader meaning nowadays. It includes celebrities of politics, sports, representatives of art and show business, while their authority for the population masses is not due to their belonging to the aristocracy or financial and power structures. In modern society, it is accepted to call the elite people who stand on the highest levels of achievements in a certain professional or Bohemian-secular activity and as a result are public and authoritative people in matters of the dissemination of fashion trends. At the same time, they can belong to both the upper or middle class, and subcultural groups [17].

So, the fashion industry produces more and more fashion products, and in the conditions of tough competition, their assessment does not always achieve the desired results [11]. The attraction of famous people presenting new objects of the fashion system, as well as representatives of bohemia, who publicly demonstrate their commitment not only to individual fashion products, but also to their creators that are part of the

fashion system, promotes the creation and strengthening of successful brands.

Such popularity among average consumers of fashion products and trends often extols popular characters associated with the fashion system to the level of international stars. In order to stimulate and increase the demand for fashion products, many subjects of the fashion system create their celebrities and trendsetters in the fashion world. With the help of advertising, they form the image of a corporate hero, combining the realistic features of his individuality and the fictional properties necessary to maintain and develop the fashion of the created standards, objects and products.

According to researchers J. Ryan and W. Wentworth, in the fashion system, as in modern culture as a whole, there are two strategies that make it possible to create a strong relationship between a fashion product consumer and the product itself. [6] The first of them is based on an extensive classification of the system of products and objects created by the fashion system. The second strategy is based on the creation of the system of persons with whom a consumer associates the individuality in mass consumption. Such individualization, according to the researchers, is intended to form the consumers' emotional devotion to the same persons, and accordingly make them dependent on those fashion products and objects symbolized by such a person. [15] This is the psychological background that lies in the creation and strengthening of modern successful brands in the fashion system.

Another confirmation of the two-way communication between the mechanisms of fashion trends formation and the establishment of the object trendsetters in the fashion system is the fact that having ensured recognition of their fashion products by average consumer, fashion designers also join the category of professional leaders of new fashion objects, that means become

trendsetters of the fashion objects and products, and in this status they form not only public tastes, but also their own image. The reason and purpose of this activity is the fact that the consumers associate creators' names with the products of their creativity. Therefore, in well-organized brands of the fashion system subjects, the extensively branded system for the of fashion product classification is closely interwoven by creating the image of the company fashion designer or designer as a trendsetter of objects in the fashion system.

Sociologist Y. Kawamura formulated three requirements to the trendsetter [10, P. 98–99]:

- come up with models of clothing for a selected group of rich women that will be copied by other groups in a long chain of fashion distribution;
- to be the personification of the modern lifestyle;
- do everything possible to support the attractiveness and demand for fashion.

It is obvious that the modern consumer of fashion objects is hardly interested in the degree of personal contribution of the fashion designer to the production and replication of each fashion product. What really matters to the consumer is how much the creator's person is associated with the properties of the fashion object created by him.

In other words, fashion objects are those that are originally presented to the consumer in various forms, and then appear in the media as well as in designers collections in stores (as discussed in the previous stages of the study). And just like in any public business or cultural production, consumers always associate fashion objects with the names of people interrelated with these objects; people who have a wide popularity and are endowed with distinctive personality traits and who fall under the cohort of trendsetter.

Thus, in the study it has been determined that the particularity of the

modern fashion system, as the concept of the emergence and development of fashion innovations, is that in the context of the general globalization of mass culture and the shift of emphasis of any kind of activity in the direction of expanding borders and erosion of the faces between related activities, there was a principal merger of the roles of trendsetters and *distributors of fashion trends in society*.

In particular, the «social elite», the most vivid and active representatives of whom are often the legislators of fashion innovations, simultaneously performing functions of the trend distributors, which significantly facilitates the development of the information sphere in the modern world. It also follows from the statement by Y. Kawamura, mentioned above, about requirements to the trendsetters come up with models of clothing for a selected group of rich women that will be copied by other groups in a long chain of fashion distribution). In other words, the demonstrative consumption of newfangled objects and fashion products by the «social elite» contributes to the simultaneous formation and promotion of these trends, which is strengthened by the participation of mass media of various levels of influence.

If we take the assumption that all categories of subjects of the fashion system perform interchangeable functions aimed at simulating a modern consumer society in order to satisfy its demonstrative consumer needs, then it can be said that the role of innovators and early followers (Table 2) will be the same as that of the majority of society, deprived of individuality, as a source of fashion innovations or professional conductors of new fashion objects, who made a choice from the proposals of designers as trendsetters of fashion objects.

On the other hand, as the distinctive feature of innovators and early followers among all the above-described consumer categories, who influence the spread of

fashion innovations in society can be called the fact that even not being public figures and not using media resources to promote their tastes and wishes in fashionable clothing, they consistently and convincingly, by their own example, contribute to the introduction of fashion innovations into the minds of the mass consumer, so to say for the man in the street.

If trendsetters, fashion designers, distributors of fashion innovations, bohemian and mass media are something distant and inaccessible in the mass consumer's mind, then innovators and early followers can be considered adherents of fashion innovations into the average consumer's environment. This gives confidence that fashion innovations are becoming part of the society mind, and, accordingly, its distribution and implementation is inevitable.

In addition, it has been determined that *the movement of fashion innovation* in the modern society (Table 2) is of vital importance in the integral concept of fashion conduct. Thus, each of these areas is endowed with self-sufficient distribution properties, based on the sources of fashion innovations described above, as well as on the impact of certain legislators and distributors of fashion objects. Taking into account the fact that at the current stage of society development, its structure has acquired a complex character, we have to admit that certain fashion innovations can spread in different directions for different social groups of the fashion system subjects.

This conclusion can be confirmed by the success of diffuse brands (as subjects of the fashion system), which combine the development of fashion products for various consumer groups and develop fashionable clothes of different classes. Such brands themselves form fashion standards, develop fashion products and contribute to the spread of fashion innovations in all directions of movement almost simultaneously, and,

without any doubt, controlling the maximum efficiency of acceptance of fashion innovations by consumer (Fig. 1).

In addition, it has been described that the subjects of the fashion system, which have a significant impact on its operation and development, and regulate *the spread rate of fashion innovations* as a functional category in the concept of fashion behavior. In particular, in the context of the fashion system, it depends on the ability of the mass market (more or less of the lower classes of society) to see and copy new fashion trends and

upmarket products (for example, high fashion). This statement is illustrated in many different ways by the speed of implementation into production of the fashion objects and products of rapid response concept – «fast fashion» (Fig. 2). At the same time, taking into account the extremely blurred boundaries of the class differentiation in the modern society, it has been concluded that the speed of development of fashion innovation is not only fast, but equally addressed for all social strata.

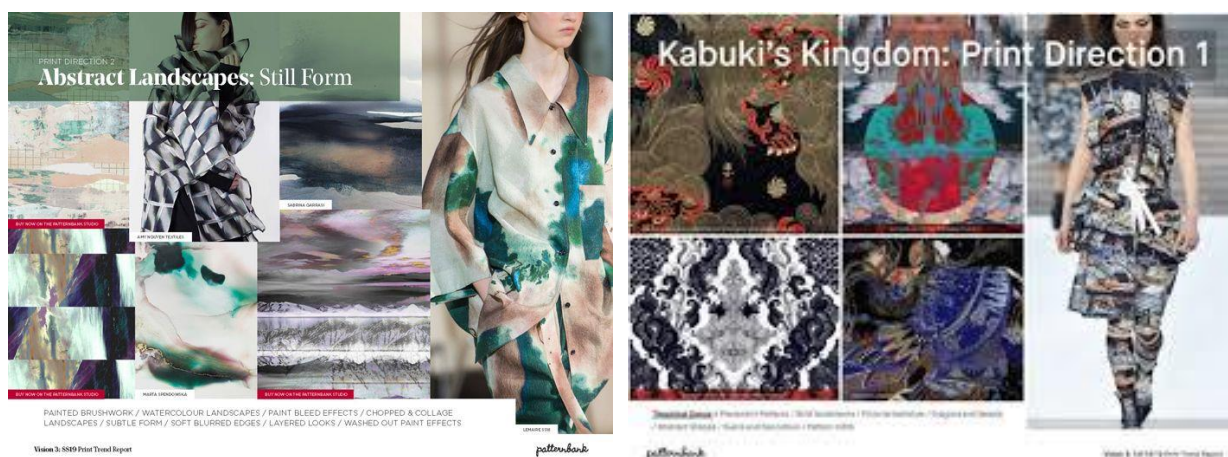


Fig. 1. Trend formation in the context of the integrated concept of the emergence and development of fashion innovations within the fashion system [18]

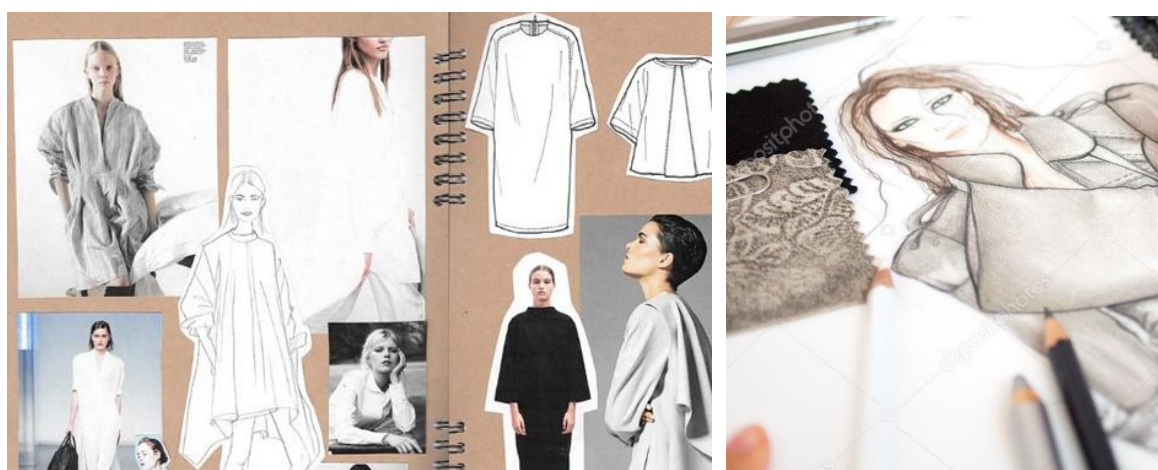


Fig.2. Design of a fashion product as the trend implementation in the fashion system [18]

Thus, on the basis of conducted empirical and analytical studies of the

particularities of fashion system functioning, it has been concluded that with all the criteria

and factors of its existence, development prospects and comprehensive influence on various aspects of the modern society development, the fashion system is an integrated concept of fashion behavior in

modern consumer society, including various methodological approaches to the description and structure of its components, presented in Table 2.

Table 2

**Fashion system as an integrated concept of the emergence and development of fashion innovations**

Functional concept category	Characteristics of the categories of the integrated concept of the fashion system
1. Sources of fashion innovations	<ul style="list-style-type: none"> <li>– fashion designers working in the segment «haute couture» та «prêt-a-porte de lux», show business (designers serving the client with taste for demonstrative consumption)</li> <li>– designers working in the sector of fashion product duplication (from pret-a-porter to the mass market)</li> <li>– impersonal majority of society ("anonymous crowd")</li> </ul>
2. Trendsetters of the fashion system objects	<ul style="list-style-type: none"> <li>– the most famous and brightest people demonstrating new objects of the fashion system, as a rule, it is the upper class of society</li> <li>– professional leaders of the objects of the fashion system who made a choice from the proposals of designers</li> <li>– bohemia and public figures of the upper and middle class</li> <li>– collectively selected standards, formed from the proposals of different society strata</li> </ul>
3. Distributors of the fashion system objects	<ul style="list-style-type: none"> <li>– «elite» of society, public figures and celebrities, mass media</li> <li>– media and thought leaders</li> <li>– innovators ("ordinary consumers with the highest degree of propensity to experiment and risk in the perception of fashion trends") and early followers ("leaders or local leaders in the perception of fashion innovations, which are distinguished by special attention to respect from others". [9, C. 120])</li> </ul>
4. Movement direction the of fashion innovation in society	<ul style="list-style-type: none"> <li>– top down social stairs</li> <li>– from the lower class of society to the upper</li> <li>– horizontal movement within the social strata</li> <li>– motive principle of fashion within the «elits» of social strata</li> <li>– a collective choice from a multitude of alternatives among the social strata</li> </ul>
5. Spreading speed of the fashion innovation	<ul style="list-style-type: none"> <li>– depends on the ability of the lowest class to see and copy new fashion trends of the upper class strata</li> <li>– fast and simultaneous for all social strata</li> <li>– depends on how quickly a majority chooses and takes on alternatives that are dominant depends on the sensitivity of the professional leaders of the fashion system objects and the activity of the subcultural groups</li> <li>– as cheaper recognized standards - market saturation</li> </ul>

**Conclusion.** Almost all participants of the fashion process, especially those involved in the dissemination of fashion standards in society, make assessments of the fashion products and their creators, as well as cultural samples. At the same time, the opinion of those who are associated with the promotion of the fashion system objects (mass media) has a strong influence on the consumer opinion (wide strata of customers). It should be noted that those who control access to the distribution channels of fashion information are endowed with the greatest power over a consumer mind. As a result, consumers tend to have fashion products, as they are sure that «fashionable is always more beautiful and better than unfashionable».

The study also emphasizes that the subjects of the fashion system, which in its structure are hypothetically assigned the role of distributors of fashion trends and standards (mass media), by their activities and influence on the formation of consumer preferences, act as legislators in this field. Another important link in the chain of distribution of fashion innovations in the modern fashion system is the adoption and consumption of fashion objects. It has been substantiated that the

process of adopting fashionable innovations among consumers with different attitudes to fashion occurs in different ways. (from innovators to those who perceive fashion when it goes into rank of tradition).

Thus, the particularity of the development, production and distribution of fashion products depends on the sensitivity of professional conductors of the fashion system objects and the activity of subcultural groups, since they produce a propaganda effect on the formation of tastes and expectations of wide consumer groups of society. In turn, the market saturation for fashionable products, as well as the cheapening of recognized standards, depends on how soon the majority chooses and accepts from alternative innovations as the dominant one.

Further study of the fashion system as an integrated concept of fashion conduct involves refining its structural model and defining the principles of interaction of all participants in the fashion process, as well as formulating a mechanism for maximally effective implementation of fashion innovations and the introduction of fashion products in a modern society of mass consumption.

## References

1. Blumer, G. (1969). Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection. *The Sociological Quarterly*, 10, 275–291 [in English].
2. Field, G.A. (1970). The Status Float Phenomenon: The Upward Diffusion of Innovation. *Business Horizons*, 13 (4), 45–52 [in English].
3. King, C.W. (1963). Fashion Adoption: A Rebuttal to the "Trickle Down" Theory. *Toward Scientific Marketing*. 108–125 [in English].
4. Kolosnichenko, O.V., Ostapenko, N.V., Kolosnichenko, M.V. (2016). The development of new forms of special clothes by design projectsing methods. *Vlákna a textil - Fibers and textiles*, 2, 3–8 [in English].

5. Pashkevich, K.L., Kolosnichenko, M.V. & Ostapenko, N.V. (2016). Research of some physical and mechanical characteristics of suiting fabrics for designing the clothes. *Vlákna a textil - Fibers and textiles*, 1, 3–8 [in English].

6. Ryan, J. & W.M. Wentworth. (1999). *Media and Society: The Production of Culture in the Mass Media*. Boston: Allyn and Bacon [in English].

7. Simmel, G. (1904). Fashion. *International Quarterly*, 10. 130– 55 [in English].

8. Veblen, T. *The Theory of Leisure Class*. London: Allen and Unwin, 1957 [1899]. 196 p.

9. Gofman, A.B. (2004). *Moda i lyudi. Novaya teoriya mody i modnogo povedeniya* [Fashion and

people. New theory of fashion and fashionable conduct]. St. Petersburg [in Russian].

10. Kawamura, Yu. (2009). *Teoriya i praktika sozdaniya mody* [Theory and practice of fashion creation]. Minsk [in Russian].

11. Kolosnichenko, M.V., Zubkova, L.I., Pashkevych, K.L., N.V. Ostapenko, Vasylyeva, I.V. (2014). *Erhonomika i dyzayn. Proektuvannya suchasnykh vydiv odyahu: Navchal'nyy posibnyk* [Ergonomics and design. Designing modern types of clothing]. Kyiv: PP NVTs Profi [in Ukrainian].

12. Lynch A. & Mitchell D. Strauss (2009). *Izmeneniya v mode: prichiny i sledstviya* [Changing Fashion: a Critical Introduction to Trend Analysis and Meaning]. Minsk: Grevcov Publisher [in Russian].

13. Malyn'ska, A.M., Pashkevych, K.L., Smyrnova, M.R. & Kolosnichenko, O.V. (2018). *Rozrobka kolektsiy odyahu* [Clothing collection development]. Kyiv: PP NVTs Profi [in Ukrainian].

14. Nikolayeva, T. (2011). *Tektonika formoutvorenniya kostyuma* [Tectonics of shaping suit]. Kyiv [in Ukrainian].

15. Pashkevych, K.L. (2017). *Teoretychni osnovy dyzaynu odyahu na zasadakh tektonichnoho pidkhodu* [Theoretical foundations of clothes design on the basis of a tectonic approach]. Extended abstract of Doctor's thesis. Kyiv [in Ukrainian].

16. Chuprina, N.V. (2015). *Analiz deyatelnosti uchastnikov modnogo protsessa v usloviyah industrii modyi* [Analysis of Activity of Participants of Fashion Process in the Conditions of Fashion Industry]. *Izvestiya VUZov. Tehnologiya tekstilnoy promyshlennosti. - News of higher Institutes. Technology of textile industry*, 2 (356), С. 95–8 [in Russian].

17. Chuprina, N.V. (2018). *Printsiipy formirovaniya i realizatsii modnykh tendentsiy v industrii modyi* [Principles of Forming and Realization of Fashion Trends in Fashion Industry]. *Izvestiya VUZov. Tehnologiya tekstilnoy promyshlennosti - News of higher Institutes. Technology of textile industry*, 1 (373), 123–127 [in Russian].

18. Sait «Spring/Summer 2019 Print Trend Reports – Patternbank 2019». URL: <https://patternbank.com/trend-reports/categories/108-spring-summer-2019> (дата звернення: 29.05.2018) [in English].

## Література

1. Blumer N. Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection. *The Sociological Quarterly*. 1969. № 10. P. 275–291.

2. Field G.A. The Status Float Phenomenon: The Upward Diffusion of Innovation. *Business Horizons*. 1970. № 13 (4). P. 45–52.

3. King C.W. Fashion Adoption: A Rebuttal to the "Trickle Down" Theory. *Toward Scientific Marketing*. 1963. P. 108–125.

4. Kolosnichenko O.V., Ostapenko N.V., Kolosnichenko M.V. The development of new forms of special clothes by design projectsing methods. *Vlakna a Textile*. 2016. № 2. P. 3 – 8.

5. Pashkevich K.L., Kolosnichenko M.V., Ostapenko N.V. Research of some physical and mechanical characteristics of suiting fabrics for designing the clothes. *Vlakna a Textile*. 2016. № 1. P. 3–8.

6. Ryan J., Wentworth W.M. *Media and Society: The Production of Culture in the Mass Media*. Boston: Allyn and Bacon, 1999. 291 p.

7. Simmel G. Fashion. *International Quarterly*. 1904. № 10. P. 130–155.

8. Veblen T. *The Theory of Leisure Class*. London: Allen and Unwin, 1957 [1899]. 196 p.

9. Гофман А.Б. *Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения*. 3-е изд. СПб: Питер, 2004. 208 с.

10. Кавамура Ю. *Теория и практика создания моды*; науч. ред. А.В. Лебсак-Клейманс; пер. с англ. А.Н. Поплавская. Минск: Гревцов Паблішер, 2009. 192 с.

11. Колосніченко М.В., Зубкова Л.І., Пашкевич К.Л., Остапенко Н.В., Васильєва І.В., Колосніченко О.В. *Ергономіка і дизайн. Проектування сучасних видів одягу: навч. посібн.* Київ: ПП «НВЦ «Профі», 2014. 386 с.

12. Линч А., Штраус М.Д. *Изменения в моде: причины и следствия*; науч.ред. А.В. Лебсак-Клейманс; пер. с англ. А.М. Гольдина. Минск: Гревцов Паблішер, 2009. 280 с.

13. Малинська А.М., Пашкевич К.Л., Смирнова М.Р., Колосніченко О.В. *Розробка колекцій одягу: навч. посібн.* Київ: ПП НВЦ «Профі», 2018. 140 с.

14. Николаєва Т.В. *Тектоніка формоутворення костюма: навч. посібн.* Київ: Арістей, 2011. 340 с.

15. Пашкевич К.Л. Теоретичні основи дизайну одягу на засадах тектонічного підходу: автореф. дис. ... д-ра техн. наук: спец. 05.01.03 «Технічна естетика» Київ, 2017. 45 с.

16. Чуприна Н.В. Анализ деятельности участников модного процесса в условиях индустрии моды. *Известия ВУЗов. Технология текстильной промышленности*. 2015. № 2 (356). С. 95–98.

17. Чуприна Н.В. Принципы формирования и реализации модных тенденций в индустрии моды. *Известия ВУЗов. Технология текстильной промышленности*. 2018. № 1 (373). С. 123–127

18. Сайт «Spring/Summer 2019 Print Trend Reports – Patternbank 2019» URL: <https://patternbank.com/trend-reports/categories/108-spring-summer-2019> (дата звернення: 29.05.2018).

## ОБҐРУНТУВАННЯ СИСТЕМИ МОДИ ЯК КОНЦЕПЦІЇ МОДНОЇ ПОВЕДІНКИ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ СПОЖИВАННЯ

ЧУПРИНА Н.В., КОЛОСНИЧЕНКО М.В.

*Київський національний університет технологій та дизайну*

**Мета.** Визначення основних принципів формування та розповсюдження модних інновацій в суспільстві в контексті функціонування сучасної системи моди. Характеристика модних інновацій як об'єктів системи моди та засобу модної комунікації в сучасному суспільстві споживання.

**Методика.** В роботі використані методи систематизації та актуалізації літературно-аналітичної інформації про принципи і етапи дизайн-діяльності у формуванні та розповсюдженні модних інновацій. Накопичення, систематизація і реалізація проектної інформації проведені шляхом вивчення спеціалізованої професійної літератури щодо дизайн-діяльності провідних дизайнерських брендів.

**Результати.** Визначено та охарактеризовано основні функціональні категорії концепції формування та протікання модних тенденцій в системі моди. Наведено опис основних джерел модних інновацій, проведено порівняльний аналіз діяльності законодавців та розповсюджувачів об'єктів моди, в контексті їх ролі у формуванні, впровадженні та споживанні модних тенденцій. Охарактеризовано принципи взаємовпливу напряму руху та швидкості розповсюдження модної інновації в суспільстві масового споживання.

**Наукова новизна.** В роботі сформульовані основні чинники формування модних інновацій в системі моди та визначено основні

## ОБОСНОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОДЫ КАК КОНЦЕПЦИИ МОДНОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ

ЧУПРИНА Н.В., КОЛОСНИЧЕНКО М.В.

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**Цель.** Определение основных принципов формирования и распространения модных инноваций в обществе в контексте функционирования современной системы моды. Характеристика модных инноваций как объектов системы моды и средства модной коммуникации в современном обществе потребления.

**Методика.** В работе использованы методы систематизации и актуализации литературно-аналитической информации о принципах и этапах дизайн-деятельности в формировании и распространении модных инноваций. Накопление, систематизация и реализация проектной информации проведены путем изучения специализированной профессиональной литературы относительно дизайн-деятельности ведущих дизайнерских брендов.

**Результаты.** Определены и охарактеризованы основные функциональные категории концепции формирования и протекания модных тенденций в системе моды. Приведено описание основных источников модных инноваций, проведен сравнительный анализ деятельности законодателей и распространителей объектов моды, в контексте их роли в формировании, внедрении и потреблении модных тенденций. Охарактеризованы принципы взаимовлияния направления движения и скорости распространения модной инновации в обществе массового потребления.

**Научная новизна.** В работе сформулированы основные факторы формирования модных инноваций в системе моды и определены

функціональні категорії системи моди як інтегрованої концепції модної поведінки в сучасному суспільстві споживання.

**Практична значущість.** В роботі охарактеризовано чинники формування та реалізації актуальних модних продуктів, що відповідають модним тенденціям. Обґрунтована доцільність їх адаптації та впровадження при розробці модного одягу різних класів, від prêt-à-porte до mass market як модних продуктів системи моди.

**Ключові слова:** система моди, модний продукт, об'єкт системи моди, дизайнерський бренд, модна тенденція, модна поведінка, модний процес.

основные функциональные категории системы моды как интегрированной концепции модного поведения в современном обществе потребления.

**Практическое значение.** В работе охарактеризованы факторы формирования и реализации актуальных модных продуктов, соответствующих модным тенденциям. Обоснована целесообразность их адаптации и внедрения при разработке модной одежды различных классов, от pret-a-porte до mass market как модных продуктов системы моды.

**Ключевые слова:** система моды, модный продукт, объект системы моды, дизайнерский бренд, модная тенденция, модное поведение, модный процесс.

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРІВ:

**Чуприна Наталія Владиславівна**, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-7017-6456, Scopus 56835800000, **e-mail:** chouprina@ukr.net

**Колосніченко Марина Вікторівна**, д-р. техн. наук, професор, декан факультету дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-0020-3214, Scopus 24076493500, **e-mail:** kolosnichenko.mv@knutd.edu.ua

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.1>

**Цитування за ДСТУ:** Chuprina N.V., Kolosnichenko M.V. Substantiation of the fashion system as the concept of fashion conduct in modern consumer society. Art and design. 2018. №3. P. 9-20.

**Citation APA:** Chuprina, N.V., Kolosnichenko, M.V. (2018) Substantiation of the fashion system as the concept of fashion conduct in modern consumer society. *Art and design*. 3. 9-20.

УДК  
7.012.001.891

SYMAK A., BABINA Y.  
«Ion Creangă» State Pedagogical University

DOI:10.30857/2617-  
0272.2018.3.2.

## FASHION TRENDS IN MOLDOVA – THROUGH THE PRISM OF THE CREATIVITY OF YOUNG DESIGNERS

**Purpose.** *The objective of this study is to review and systematize the artistic and stylistic features of the collections of students of the «Fashion Design» specialty of the Faculty of Fine Arts and Design of Ion Creangă State Pedagogical University in the context of expanding the ethno cultural space and preserving the folk traditional culture of Moldova.*

**Methodology.** *The methods of comparative analysis, systematic approach, the critical analysis of publications on selected topics, analytical processing and systematization of the collected information base of the study with photo-illustrative material are used in the paper.*

**Results.** *The collections of young Moldavian designers, the graduates of Ion Creangă State Pedagogical University in Chisinau, have been analyzed; conceptual trends in the modern art of design and fashion in the country, which are based on the individual creative interpretation by young designers of artistic images, have been researched. The significance of the incorporation of folk motives and elements of the culture of Moldova in the work of designers is highlighted. Thus, there is an active interrelation between the traditionalism and modernity, authenticity and global trends; every day, historical, stage/festive and popular Moldavian costume in modern trends in the clothing design of the Republic of Moldova. It was determined that, in addition to the ethno-collections, collections in vintage and dandy styles are also relevant, as well as the embodiment of story-lines and characters from fairy tales, myths, and legends of Moldova when creating collections. It is shown that the Moldavian fashion industry, as the art of fashion design, is at the sufficiently high level and is actively developing, giving preference to the revival of the cultural heritage of the country.*

**Scientific novelty.** *The current trends in the development of the fashion market in the Republic of Moldova are determined on the basis of the analysis of creative clothing collections by young designers, graduates of the Faculty of Fine Arts and Design of «Ion Creangă» State Pedagogical University.*

**Practical significance.** *The research results contribute to creating a more holistic picture of the priorities in modern clothes design in Moldova. In practice these studies can be used in the process of teaching the disciplines of the artistic and aesthetic cycle, mainly in modeling/designing costumes, as well as enriching the professional experience of young designers.*

**Keywords:** *style trends, collection, fashion design, fashion industry, traditions in Moldova, concept, design solution.*

**Introduction.** Modern views and aesthetic tastes of art and fashion connoisseurs today differ significantly, and trends in the development of textile design in Moldova are no exception. Crossing the borders of time, absorbing the spirit of historical eras and trends of national traditions, the masters recreate their collections, investing the soul and the knowledge in them accumulated over the years. Scientific understanding of the nature of traditional clothing and the features of folk

ornamentation in the works of young designers required an appeal to the latest research by the authors of the article [1], [4], [7] and to the works of the authors such as: V. Kozlov [3], V. Zelenchuk [2], [18], N. Kalashnikova [18], T. Nikolaeva [5], V. Buzile [8], L. Rachile [16], O. Arbuz-Spatar [7], K. Enekesku [10], A. Nanu [12], [13], A. Kurteza [9], K. Oros [14], G. Akitsey [6], E. Lupshan [11], E. Sekoshan [17], P. Petresku [17], E. Pavel [15] and others. All the diversity and multiplicity of design solutions can be followed on the basis

of the example of the creativity of young designers and their collections, made by students of the Faculty of Fine Arts and Design of «Ion Creangă» State Pedagogical University (Chisinau, Republic of Moldova).

**Problem formulation.** The aim was to study current trends in fashion based on the analysis of creative clothing collections of young designers, graduates of the Faculty of Fine Arts and Design of «Ion Creangă» State Pedagogical University.

**Research results.** In June 2018, in the exhibition center «Konstantin Brynkush» (Chisinau, Moldova), there was the presentation of collections of the graduates of the Faculty of Fine Arts and Design of «Ion Creangă» State Pedagogical University. A total of fifteen student collections were presented, two of the students were graduates of past years and three collections were made by young designers from Romania [19].

The collection of a graduate, Irina Fruntashu, is called «The Old in the New – The New in the Old». Her works wonderfully combine simplicity of form and complexity of character. Models are made with a refined colorful range, complemented by various accessories. The inspiration for the models of the collection was the centuries-old folk tradition intertwined with the tendencies of modern fashion trends (Fig. 1, a, b).

Rodika Karapchevski's collection «Wild Poppies» consists of 6 models of women's summer dresses. The author's inspiration was the nature of the forest-steppe zone in Moldova: the wild flowers – poppies – that seem to bathe in the rays of the summer sun in the subtle relief of fabrics, swaying in the breeze. The collection is made of natural linen fabrics, and the author used the felting technique to create the ornamentation on the fabric (Fig. 1, c, d).

Natalia Lupu based her «On the wings of the wind» collection on the 1950-60s fashion trends with soft motives of the works of Madame Gres and Christian Dior. The fabrics

in pastel colors – natural silk, satin – were used for the collection models. As a peculiar nuance, the details of the dresses are constructively sewn in the form of flower petals. In addition to the models of clothes, the original accessories were created in the shape of multi-colored butterflies, emphasizing the elegance, lightness and tenderness of the female image (Fig. 2, a, b).

The young designer Ekaterina Guns, through the creation of her creative collection «Heaven Birds», tried to combine the two currents – surrealism and avant-garde (Fig. 2, c, d). The main theme and idea of his rich collection is the fauna, birds in bright feathers, which gives the models a truly fairytale content, originality and mystery. According to the author, when creating she likes various innovations and experiments with textures, fabrics, and non-traditional materials. In the future, Ekaterina is going to create outrageous stage costumes for theater and cinema. The collection named «Roots» of a student Evgenia Negrutse was created in the ethno style (Fig. 3, a, b). Inspired by the traditions of the Moldavian national carpets with their centuries-old history Evgenia has been bringing her dream to life for several months, basing the idea on the principle of traditional weaving of carpet products. The author combined the technique of weaving tapestries with elegant natural fabrics. Creating her own collection of clothes, Evgenia displayed a collective female image, its harmony and beauty. When viewing the collection, the associations are born of a charming character from Romanian mythology – the beautiful princess Ilyana Kosynzyana, who, according to ancient legend, was abducted by the Serpent and locked in the tower, from which the young man Fat-Frumos, who overcame many obstacles and overthrew Serpent, saved her. The national symbol of Ilyana Kosynzyana is even depicted on postage stamps, identifying national features and the ideal image of female beauty in Moldova.



**Fig. 1.** Models of young designers' collections: a, b –«The Old in The New – The New in The Old» by I. Fruntashu; c, d – «Wild Poppies» by R. Karapchevski [19]



**Fig. 2.** Collection models of young designers: a, b –«On the wings of the wind», by N. Lupu; c, d – «Heaven Birds» by E. Guns [19]



**Fig. 3.** Models of young designers' collections: a, b – «Roots» by E. Negrutse; c, d – «The Urban Peasant Woman» by A. Axenti [19]

All images of the collection are saturated with purity, femininity, and lyricism. Linen fabric, cotton, artificial and natural wool are used in the works. The collection is decorated with accessories along with small wooden and textile elements. The variety of different braids and weaving on clothes give compositional completeness and symbolic coloring to the collection. Braids and the process of weaving itself is an interpretation of the roots of the tree, from which the symbolic name of the collection «Roots» originated. Moreover, as the designer notes, the root-braids carry a different meaning, namely, the spiritual roots of the Moldavian people.

The collection of Alina Axenti «The Urban Peasant Woman» is dedicated to the beginning of the third millennium, to a peculiar transition of a person and their consciousness to another qualitatively new level (Fig. 3, c, d). As well as the previous series of works by the graduates of the year 2018, in line with folk traditions, this collection is a symbiosis of modern trends and peculiarities in fashion with authentic symbols and traditional Moldavian archetypes. The models are diverse in the nature of the fabrics used, their texture, thickness and color. The fabrics of different colors, from blue to pink, are used in the collection.

«The Queen of Spades» collection by Maria Shcherbechenko was created as a theatrical production inspired by the story of Snow White and her wicked stepmother-queen. The collection of dresses looks very extravagant with the predominance of dark and complex colors, and is also supplemented with accessories: black capes, crowns, jewelry, a vase for apples that are «inedible» in the story (Fig. 4, a, b).

The source of inspiration for the «Oriental» Veronika Rotar's «Day and Night» collection is the oriental costume and traditional motives of orientalism. The

collection is a designer synthesis of historical costume and modernity, based on the creative interpretation of historical events from the life of the Ottoman Sultan Suleiman. The unique characters of the robes of the Sultan dynasty during the heyday of the Ottoman Empire in the XVI-XVII centuries were reflected in the collection (Fig. 4, c, d).

The sincere interest in the dandy style alongside with the author's inspiration from the history of their native land, embodying the image of the great leader and commander of Moldova Stefan the Great (1429-1504), contributed to the creation of the men's clothing collection by Karina Donskaya called «Legendary» (Fig. 5, a, b). The word *dandy* – denotes the socio-cultural type of the XXI century – it is a man who makes an emphasize on the aesthetics of appearance and adopts the manner of the aristocrat (although he himself may be from the middle class). Despite the various difficulties in the implementation of the planned collection, the author still did not deviate from the chosen topic. As Karina noted, by implementing the idea of a series of men's suits she immortalized the already undying memory of Stephen the Great.

In line with the traditions of vintage style, the Elena Kojocar's collection was presented with carefully worked out details and constructive and decorative forms that represent grace and special originality (Fig. 5, c).

A series of 5 models offers a style full of nobility and femininity. The tendency of perfection, sophistication, mystery and originality is underlined by the transfer of symbolic outlines of ancient locks and keys. This ensemble of rigid, straight and trapezoidal shapes is creatively complemented by leather bags, various structures and soft golden colors.



Fig. 4. Models of the collections of young designers: a, b – «The Queen of Spades» by M. Shcherbechenko; c, d – «Day and Night» by V. Rotar [19]



Fig. 5. Models of the collections of young designers: a, b – «Legendary» by K. Donskaya [19]; c – «The Chronicle of Time» by E. Kojocar (photo: E. Kojocar)



Fig. 6. Models of young designers' collections: a – «The Structure of existence», 2017; b – «Another Man of Kew Gardens», 2018, by E. Bannaya (photo by E. Bannaya); c – the collection of bags; d – «Modern folk», by M. Dvornik (photo by M. Dvornik)

Elena Bannaya in «The structure of existence» collection offered a variety of basic structures in textile (Fig. 6, a). The collection featured male models combining modern avant-garde trends and the elegant, original vision of the author. The sophistication and successful combination of the modern style with elements of the historical costume were used by Elena in creating another men's collection «Another Man of Kew Gardens» as well (Fig. 6, b). As the designer herself says, her vision of fashion and her collections urge young people and young designers to go beyond the usual and the permissible, which adds a special touch to her men's collections. Elena Bannaya is a participant and the winner of many international competitions for young designers, namely Odessa Fashion Week (Odessa, Ukraine), «Pechersky Kashtany» (Kiev, Ukraine) (first place in the category «Pro Art», 2018).

Among the successful designers of Moldova Michaela Dvornik stands out with her works. The author presented an authentic collection of clothes called «Modern folk» and a series of designer wooden bags with applique in the form of ornaments from the country's rich heritage of the infrastructure of Moldova (Fig. 6, c, d).

In addition to the annual shows of the collections of the graduates of «Ion Creangă» State Pedagogical University and to the International Fashion ArtPodium Festival, a significant event in the fashion world in the Republic of Moldova is the «Moldova Fashion Days» festival. «Moldova Fashion Days» is the most anticipated and intriguing event in the fashion world in the country, which promotes new trends, styles and colors as a part of the fashion show on the professional catwalk. The event holds the attention of many designers, connoisseurs of fashion, public figures, fashion critics, photographers, etc., allowing them to plunge into the atmosphere of authentic designers and brands. «Moldova Fashion Days» is also one of the most

significant platforms for domestic manufacturers, which helps with the promotion of new creative design ideas inside the country. In 2017, in the 11th «Moldova Fashion Days» festival, James Pettit, the US Ambassador in Moldova, stated that «the Moldavian fashion industry is at a high level and the clothes are of high quality and his personal wardrobe will undoubtedly be replenished with clothes from Moldavian manufacturers of more than 40 well-known local brands very soon» [20]. Also, fashion shows are held in Moldova annually (in spring and autumn), which are a part of the advertising campaign of the Moldavian brand – Din Inimă – which aims to promote local textile products and motivate consumers to choose fashionable modern clothes, shoes and accessories from Moldavian manufacturers.

We also note that in 2015 our young specialists in the field of clothing design had a unique opportunity to be acquainted with the latest trends in the textile industry as well as with the samples of various fabrics. We are talking about the launch of a textile library in Chisinau at the Center for Advanced Technologies in Design, built with the support of the US Agency for International Development. This electronic library has an extensive database on the composition of fabrics and variety of colors as a necessary «help» for talented fashion designers (textile and clothing designers). It also includes the information about the latest collections of the world designers and Fashion Houses.

**Conclusion.** Currently, many designers use traditional folk motifs as well as modern trends and innovative technologies to create their own design. Many designers embody the rich history of Moldova in their works: fairy tale characters, folk costume, ornamentation, household items, events from the lives of historical personalities, etc. Moldavian designers demonstrate professionalism, the concordance of their collections with world

trends in fashion and the ability to compete with collections of foreign designers. The analysis of the current state of the Moldavian

fashion industry has shown that the Moldavian textile industry and the art of design are advancing in the fashion world.

## References

1. Babina, Iu.I. (2018) Traditcii i sovremennost v tvorcestve dizainera Natali Vavilinoi [Tradition and modernity in the works of designer Natalia Vavilina] Aktualni problemi suchasnogo dizainu: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferencii (20 aprelia 2018 g.). Kyiv: KNUTD, V. 1. 151–154.

2. Zelenchuk, V.S. (1985) Moldavskii natsionalnyi kostium [Moldavian national costume]. Khishineu: Timpul, 143 p.

3. Kozlov, V.N. (1987) Osnovy khudozhestvennogo oformleniia tekstilnykh izdelii [Textile Design Basics]. M.

4. Simak, A.I., Babina, Iu.I. (2018) Voploshchenie ornamentalnykh traditsii arkhitektury cherez prizmu vremeni – v dizaine Mikhaely Dvornik [The embodiment of the ornamental traditions of architecture through the prism of time – in the design of Michaela Dvornik]. Tekhnicheskaiia estetika i dizain [Technical aesthetics and design]. 14. 167–171.

5. Nikolaieva, T.O. (1996) Istoriia ukrainskoho kostioma [History of Ukrainian costume]. K.: Lybid, 171 p.

6. Achiței, Gh. (1988) Frumosul dincolo de artă. București: Meridiane, 424 p.

7. Arbuz-Spatari, O., Simac, A. (2012) Dezvoltarea creativității artistice la studenți în cadrul cursului de artă textilă: ghid metodic. Chișinău: Garomont Studio, 251 p.

8. Buzilă, V. (2011) Costumul popular din Republica Moldova. Chișinău: UNESCO Moscow Office, 170 p.

9. Curteza, A. (2003) Design vestimentar – noțiuni fundamentale. Iași, 256.

10. Enăchescu, C.A. (1971) Portul popular românesc. București: Editura Meridiane, 20 p.

11. Lupșan, E. (2006) Portul popular. București: Editura Didactică și Pedagogică. 90 p.

12. Nanu, A. (2001) Arta pe om. Look – ul și înțelesul semnelor vestimentare, București. 15–19.

13. Nanu, A. (2007) Artă, stil, costum. Noi Media Print. 308 p.

14. Oros, C. (1998) Pagini din istoria costumului, Editura Dacia, Cluj-Napoca. 220 p.

15. Pavel, E. (1976) Portul popular moldovenesc. Iași: Junimea. 208 p.

16. Răcilă, L., Simac, A. (2009) Arta costumului ca mijloc de educație estetică. În: Revistă de Științe Socioumane. Publicație științifică și didactico-metodică a Universității Pedagogice de Stat Ion Creangă. Chișinău, №2 (12). 42–47.

17. Secoșan, E., Petrescu, P. (1984) Portul popular de sărbătoare din România. București: Editura Meridiane. 196 p.

18. Zelenciuc, V., Kalașnikova, N. (1993) Vestimentația populației orășenești din Moldova sec. XV–XIX. Chișinău: Știința. 128 p.

19. Culoare, eleganță și rafinement. Știri pentru tineri. URL: <http://diez.md/2018/06/19/foto-culoare-eleganta-si-rafinament-absolventii-facultatii-de-arte-plastice-si-design-vestimentar-ion-creanga-si-au-prezentat-colectiile-de-licenta/>

20. Mestnye dizainery predstavili vesennie kollekcii v ramkakh Moldova Fashion Week. PUBLIKA. Novosti – eto my. URL: [https://ru.publika.md/mestnye-dizainery-predstavili-vesennie-kollekcii-v--ramkakh-moldova-fashion-days\\_2086551.html](https://ru.publika.md/mestnye-dizainery-predstavili-vesennie-kollekcii-v--ramkakh-moldova-fashion-days_2086551.html)

## Література

1. Бабина Ю.И. Традиции и современность в творчестве дизайнера Натальи Вавилиной. Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (20 квітня 2018 г.). Київ: КНУТД, 2018. в 2-х томах. Том 1. С. 151–154.

2. Зеленчук В.С. Молдавський національний костюм. Кишинэу: Тимпул, 1985. 143 с.

3. Козлов В.Н. Основы художественного оформления текстильных изделий. М., 1987.

4. Симак А.И., Бабина Ю.И. Воплощение орнаментальных традиций архитектуры через призму времени – в дизайне Михаэлы Дворник. Техническая эстетика и дизайн. №14. Киев. 2018. С. 167–171.

5. Ніколаєва Т.О. Історія українського костюма. К.: Либідь, 1996. 171 с.
6. Аchiței Gh. Frumosul dincolo de artă. București: Meridiane, 1988. 424 p.
7. Arbuz-Spatari O., Simac A. Dezvoltarea creativității artistice la studenți în cadrul cursului de artă textilă: ghid metodic. Chișinău: Garomont Studio, 2012. 251 p.
8. Buzilă V. Costumul popular din Republica Moldova. Chișinău: UNESCO Moscow Office, 2011, 170 p.
9. Curteza A. Design vestimentar – noțiuni fundamentale. Iași, 2003. P. 256.
10. Enăchescu C.A. Portul popular românesc. București: Editura Meridiane, 1971. 20 p.
11. Lușan E. Portul popular. București: Editura Didactică și Pedagogică, 2006. 90 p.
12. Nanu A. Arta pe om. Look – ul și înțelesul semnelor vestimentare, București, 2001. P. 15-19.
13. Nanu A. Artă, stil, costum. Noi Media Print, 2007. 308 p.
14. Oros C. Pagini din istoria costumului, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1998. 220 p.
15. Pavel E. Portul popular moldovenesc. Iași: Junimea, 1976. 208 p.
16. Răcilă L., Simac A. Arta costumului ca mijloc de educație estetică. În: Revistă de Științe Socioumane. Publicație științifică și didactico-metodică a Universității Pedagogice de Stat Ion Creangă. Chișinău, №2 (12), 2009. P. 42–47.
17. Secoșan E., Petrescu P. Portul popular de sărbătoare din România. București: Editura Meridiane, 1984. 196 p.
18. Zelenciuc V., Kalașnikova N. Vestimentația populației orășenești din Moldova sec. XV–XIX. Chișinău: Știința, 1993. 128 p.
19. Culoare, eleganță și rafinament. Știri pentru tineri. URL: <http://diez.md/2018/06/19/foto-culoare-eleganta-si-rafinament-absolventii-facultatii-de-arte-plastice-si-design-vestimentar-ion-creanga-si-au-prezentat-colectiile-de-licenta/> (дата обращения 02.07.2018.)
20. Местные дизайнеры представили весенние коллекции в рамках Moldova Fashion Week. PUBLIKA. Новости – это мы. URL: [https://ru.publika.md/mestnye-dizaynery-predstavili-vesennie-kollekcii-v--ramkakh-moldova-fashion-days\\_2086551.html](https://ru.publika.md/mestnye-dizaynery-predstavili-vesennie-kollekcii-v--ramkakh-moldova-fashion-days_2086551.html) (дата обращения: 02.07.2018.).

## ТЕНДЕНЦИИ МОДЫ В МОЛДОВЕ – СКВОЗЬ ПРИЗМУ ТВОРЧЕСТВА МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ

СИМАК А.И., БАБИНА Ю.И.

*Государственный педагогический университет им. Иона Крянгэ*

**Цель.** Задачей данного исследования является обзор и систематизация художественных и стилевых особенностей коллекций студентов специальности «Дизайн одежды» факультета изобразительного искусства и дизайна, Государственного педагогического университета им. Иона Крянгэ в контексте расширения этнокультурного пространства и сохранения народной традиционной культуры Молдовы.

**Методика.** В работе использованы методы сравнительного анализа, системный подход, критический анализ публикаций по выбранной тематике, аналитическая обработка и систематизация собранной информационной базы исследования с фотоиллюстративным материалом.

**Результаты.** Проанализированы коллекции молодых молдавских дизайнеров, выпускников Кишиневского Государственного педагогического университета им. Иона Крянгэ, исследованы концептуальные направления в современном искусстве дизайна и моды в стране, основанные на индивидуальной творческой интерпретации молодыми дизайнерами художественных образов. Подчеркнута значимость применения в творчестве дизайнеров народных мотивов и элементов культуры Молдовы. Определено, что в современных тенденциях дизайна одежды Республики Молдова, активно прослеживаются взаимосвязи между традиционностью и современностью, аутентичностью и мировыми тенденциями, повседневным, историческим, сценическим/праздничным и народным молдавским костюмом. Установлено, что помимо этно-коллекций актуальны и коллекции в стилях винтаж и дэнди, а также воплощение при создании коллекций сюжетов и персонажей из сказок, мифов, преданий Молдовы. Показано, что молдавская модная индустрия, как искусство дизайна одежды, на достаточно высоком уровне и активно развивается, отдавая предпочтение возрождению культурного наследия страны.

**Научная новизна.** Определены актуальные тенденции развития модного рынка в республике Молдова на основе анализа творческих коллекций одежды молодых дизайнеров, выпускников факультета изобразительных искусств и дизайна Государственного педагогического университета им. Иона Крянгэ.

**Практическая значимость.** Результаты исследования способствуют созданию более целостной картины приоритетных направлений в современном дизайне одежды в Молдове. В практической деятельности данные исследования могут быть использованы в процессе преподавания дисциплин художественно-эстетического цикла, в основном при моделировании/проектировании костюма, а также обогатить профессиональный опыт молодых дизайнеров.

**Ключевые слова:** стилевые направления, коллекция, дизайн одежды, индустрия моды, традиции Молдовы, концепция, дизайнерское решение.

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРІВ:

**Симак Анна Ивановна**, канд. искусствоведения, доцент, декан факультета изобразительного искусства и дизайна, Государственный педагогический университет имени Иона Крянгэ, Молдова, ORCID 0000-0002-4090-3824, e-mail: anasimac777@gmail.com

**Бабина Юлиана Ивановна**, аспирант, кафедра декоративного искусства, факультет изобразительного искусства и дизайна, Государственный педагогический университет имени Иона Крянгэ, Молдова, ORCID 0000-0001-8717-7092, e-mail: iulianababin@yandex.ru

[https://doi.org/  
10.30857/2617-  
0272.2018.3.2](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.2)

**Цитування за ДСТУ:** Symak A., Babina Y. Fashion trends in Moldova – through the prism of the creativity of young designers. Art and design. 2018. №3. P. 21-29.

**Citation APA:** Symak, A., Babina, Y. (2018) Fashion trends in Moldova – through the prism of the creativity of young designers. *Art and design*. 2018. 3. 21-29.

УДК 72.01

АБИЗОВ В.А., ВОВКОТРУБ О.М.

Київський національний університет технологій та дизайну

DOI:10.30857/2617-0272.2018.3.3.

**ОСОБЛИВОСТІ ТИПОЛОГІЇ ТА ДИЗАЙНУ РОЗВАЖАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ**

**Мета.** Виявлення особливостей класифікацій та системно-структурних засад типології архітектурного середовища розважальних закладів. Розгляд особливостей дизайну об'єктів дозвілля згідно з ієрархічними рівнями формування та розвитку їх середовища.

**Методика.** Дослідження базується на системному підході, який дозволяє розглядати архітектурне середовище розважальних закладів як ієрархічно підпорядковану цілісність. Використано також методи історичного, порівняльного та типологічного аналізу, натурних обстежень.

**Результати.** В статті узагальнені особливості типології розважальних закладів. Розглянуто специфіку їх розташування в містах та сільських населених пунктах. Запропоновано класифікацію розважальних закладів за розміщенням в будівлях. Виявлені ієрархічні рівні формування та розвитку дизайну архітектурного середовища об'єктів дозвілля. Розглянуто особливості та приклади дизайнерських рішень, в тому числі в існуючих будівлях і спорудах з урахуванням перепрофілювання та адаптації їх для розважальних закладів.

**Наукова новизна.** Досліджено та систематизовано типологію розважальних закладів, запропоновано їх класифікацію за розміщенням в будівлях. Наведено особливості дизайну розважальних закладів у відповідності до виявлених ієрархічних рівнів формування та розвитку архітектурного середовища об'єктів дозвілля.

**Практична значущість.** Виявлені особливості типології та підходи до формування середовища і дизайну розважальних закладів можуть бути використані у практичній діяльності дизайнерів та організації дозвілля, що дозволить впровадити при їх проектуванні креативні ідеї та ефективні засоби створення гармонійного середовища.

**Ключові слова:** розважальні заклади, класифікація, типологія архітектурного середовища дозвілля, ієрархічні рівні, дизайн, інтер'єр.

**Вступ.** Об'єктивні закономірності розвитку дизайну розважальних закладів та різноманітні засоби впливу проєктувальників на їх формування неможливо розглядати поза контекстом соціально-економічних, економічних, типологічних, технічних, естетичних та інших аспектів і чинників. Кожен з них, в той чи інший спосіб, впливає як на концептуальне вирішення, так і на остаточну реалізацію об'єктів дозвілля.

Ключова роль у формуванні їх середовища належить типологічним чинникам, до яких належать особливості типології громадських будівель,

удосконалення та розвиток їх функціонально-просторової структури, елементів благоустрою та облаштування [1].

Недостатня вивченість проблеми архітектурно-просторової та художньо-образної виразності розважальних закладів дозвілля зумовлюють необхідність розгляду сучасних тенденцій організації їх типологічної та функціонально-планувальної структури, різноманітних дизайнерських і композиційних вирішень.

Незважаючи на складність політичної ситуації в Україні, напружений ритм життя людей вимагає створення та розширення об'єктів і місць для проведення дозвілля та

відпочинку. Свого часу це спричинило появу великої кількості торгово-розважальних центрів, які містять кілька основних функцій – торгівельну, розважальну і харчування, що є зручним для населення. Такі багатофункціональні заклади є частиною публічного простору міста, який водночас має певні межі та як правило відокремлюється окремою будовою.

Дослідженням даної тематики присутні в працях Н. Іванечка [2], Т. Успенської [3], В. Стальної [4], які присвячено аналізу процесів формування індустрії дозвілля й розваг в цілому та розважальних зон зокрема. В той же час доцільним є узагальнення засад класифікацій та відповідних дизайнерських вирішень розважальних закладів.

**Постановка завдання.** Узагальнення типологічної та художньо-просторової організації розважальних закладів буде сприяти подальшому удосконаленню їх розвитку в сучасних умовах. Метою статті є виявлення особливостей типології і формування гармонійного архітектурного середовища розважальних центрів та специфіки їх композиційно-просторової організації, зокрема в умовах адаптації приміщень існуючих споруд.

**Результати дослідження.** За роки незалежності у соціальному й культурному просторі України відбулися радикальні зміни, що обумовили появу нових культурних зразків, стилів життя та практик організації дозвілля. Відповідним чином розширюється і типологія розважальних закладів, яку, у межах своїх наукових інтересів та завдань, частково вирішують, архітектори (Х.А. Бенаї, О. Лукаш, О. Соловей, К. Теслер), соціологи (І. Віннікова, Ю. Ланкінен), педагоги (О. Кудінова, М. Монастирська), економісти (К. Георгіадіс, Р. Гюлумян).

Найбільш поширеною є класифікація закладів культури та дозвілля за:

– кількісним складом (від невеликої кількості осіб до чисельних міжнародних рухів);

– напрямом діяльності (від внутрішньої роботи закладу до впливу на навколишнє середовище шляхом просвітницької, розважально-рекреаційної, профорієнтаційної, соціально-культурної діяльності);

– демографічною ознакою (від сільських, селищних, районних закладів культури й дозвілля до міських та загальнодержавних);

– функціональною ознакою (від монофункціональних і спеціалізованих до поліфункціональних закладів);

– статевою ознакою (гомогенні й гетерогенні об'єднання);

– соціальними орієнтаціями (студентські, жіночі, організації для дітей та підлітків, клуби для військових вчителів тощо);

– змістом діяльності (спортивні, музичні, релігійні, літературні об'єднання);

– віком учасників дозвілля (молодіжні, підліткові, особи похилого віку) [5].

Іноді критеріями визначення типології виступають цілі та способи організації діяльності дозвілля (наприклад, гурток бісероплетіння, клуб шахматистів), або ж провідною є структура розважального закладу (аквапарк, веллнесс-центр або дендропарк), що й визначає специфіку його діяльності.

На думку німецьких вчених Дж. Тріша та В. Окенфельса [6], доцільно розглядати комплекси культури та дозвілля, класифікуючи їх на:

– заклади, спрямовані на створення й популяризацію культурних, мистецьких чи художніх цінностей (палаці та будинки культури, культурно-мистецькі комплекси);

– заклади, провідними функціями яких є розважальна, оздоровча або ж спортивна робота (культурно-спортивні комплекси, рекреаційні центри, розважально-рекреаційні центри);

– заклади, головними для яких є соціальна робота (наприклад, з «важкими» підлітками, інвалідами), професійна орієнтація, надання соціально-культурної допомоги людям похилого віку, емігрантам, жінкам (соціально-культурні центри, соціальні клуби).

Серед розважальних закладів найпоширенішими є дитячі та сімейні розважальні комплекси. Вони розміщуються в окремих приміщеннях (стаціонарних чи тимчасових) або ж функціонують як структурна складова іншого закладу (наприклад, торгово-розважального центру або музею). Розважальні центри у системі торгівельних зон утворюють другу групу розважальних комплексів. Розважальна складова притаманна більшості торговельних об'єктів сучасного суспільства, оскільки значно підвищує конкурентоспроможність і привабливість закладу. До третьої групи розважальних комплексів належать парки розваг (парки культури і відпочинку, тематичні парки, парки атракціонів, аквапарки). Рекреаційно-розважальні та спортивно-розважальні заклади (пейнтбольні клуби, веллнесс-центри, СПА-салони, фітнес-центри) утворюють четверту групу розважальних комплексів. П'яту групу охоплюють розважально-відпочинкові комплекси, метою яких є організація ефективного відпочинку людини шляхом удосконалення її дозвілля.

Серед основних принципів обслуговування у розважально-відпочинкових комплексах можна назвати такі:

- індивідуальний підхід, комплексність в організації заходів дозвілля,
- систематичність проведення заходів дозвілля та їх цілеспрямованість, свобода вибору та добровільність участі, театралізація, синтез усіх видів мистецтв.

Доволі ґрунтовно проблематика розважального центру як важливого

елементу соціально-економічної й культурної інфраструктури міського простору вивчається у межах урбаністики, а процеси моделювання й конфігурації міста, шляхи його оптимізації, трансформації інституційних структур, зміни індивідуальних мотивацій і переваг населення, привертають увагу багатьох дослідників (Д. Брук «История городов будущего», Р. Вентурі, Д.С. Браун, Ст. Айзенур «Уроки Лас-Вегаса. «Забутый символизм архитектурной формы»; Ск. Маккуайр «Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство»; Р. Флоріда «Кто твой город? Креативная экономика и выбор места жительства»). В цьому зв'язку розглядати типологію розважальних закладів за їх містобудівним розташуванням та територіальною ознакою, а саме: у містах; у сільських населених пунктах.

Згідно з класифікацією Державних будівельних норм міста поділяються на найкрупніші (понад 800 тис. осіб), крупні (понад 500 до 800 тис. осіб), великі (понад 250 до 500 тис. осіб), середні (понад 50 до 250 тис. осіб), малі, (до 50 тис. осіб, включаючи селища).

Відповідна класифікація сільських населених пунктів – від найкрупніших (понад 5 тис. осіб) до малих (менше 0,2 тис. осіб). При цьому слід вважати, що у найкрупніших, крупних, і великих містах крім центрального (головного) загальноміського комплексу розваг мають бути комплекси розваг районного значення з огляду на транспортну та пішохідну доступність. Вони, як правило, розміщуються на перехресті магістральних автомобільних й пішохідних шляхів у громадських центрах міста та району і діють, зазвичай, у структурі торговельно-розважальних комплексів. Разом з цим деякі складові функції дозвілля можуть розташовуватися у наближених до житла громадських і торговельних центрах

мікрорайонів та крупних житлових утворень. В той же час для туристичних та курортних міст структура розважальних закладів має бути більш розвиненою з розташуванням у відпочинкових зонах.

В сучасному світі стрімко розвиваються великі міста. В них будуються нові торгово-розважальні центри, ресторани та різні місця для проведення дозвілля. Індустрія розваг у великих містах щорічно набуває обертів, та поряд з тим є мало дослідженими особливості побудови розважальних центрів у селищах. Це є досить актуальною темою, зважаючи на те, що конкуренції як такої в селищі не існує, заклад такого типу буде користуватися великою популярністю та приносити достатні доходи власникам. А так як заклади такого типу для селища це певна новизна, відвідуваність такого закладу у відсотковому співвідношенні буде більша в порівнянні з розважальними центрами у великих містах. Певна частина населення в маленьких містах чи селах хотіли б проводити час в затишному кафе чи ресторані, пограти в боулінг, більярд тощо, проте зазвичай не мають такої можливості та їдуть за пошуком дозвілля до великих міст.

Розмістити розважальний заклад в селищі можливо в існуючих будинках культури, адаптувавши відповідним чином їх об'ємно-планувальну структуру. Компаративний аналіз діяльності закладів культури клубного типу України за 1995–1999 роки засвідчив про різке зменшення їх мережі, зокрема на 2035 одиниць (10%). Тенденція до зменшення відбувалася і в наступні роки, так за період з 2001–2005 рр. клубних закладів стало менше в країні на 235 (1,3%); в сільській місцевості за даний період мережа зменшилась на 1,5%, що складає 254 заклади. Більшість приміщень даного типу характеризуються великою площею, капітальними конструкціями, добре розвиненою інфраструктурою,

вдалим розміщенням самого будинку та великою прилеглою територією. Такий тип приміщення добре підходить для проектування в ньому розважального закладу.

В той же час варто зауважити, що в невеликих сільських населених пунктах (до 2–3 тис. осіб) створення окремо розташованого розважального закладу не завжди буде ефективним і економічно вигідним, тому необхідно враховувати специфіку міжселищних зав'язків і передбачати створення міжселищних розважальних комплексів в великих селах і малих містах, які могли би задовольняти потреби населення невеликих сіл, з урахуванням їх відповідної транспортної доступності. В невеликих селищах в цьому випадку доцільно облаштовувати окремі функціональні заклади культури та дозвілля, які можуть розміщатися при будівлях сільських рад, шкіл, клубів тощо.

Сучасний розважальний комплекс – це ідея концентрації різнопланових форм відпочинку. Відмінною рисою розважальних центрів виступає комплексність послуг, що надаються: кінотеатр, ігрова зона, боулінг, більярд, зона швидкого харчування та ресторанний дворик, які має об'єднувати загальна концепція.

Розважальні комплекси – доволі складні й, водночас, унікальні заклади дозвілля. Численні функції, концентруючись у діяльності подібних закладів, створюють величезну кількість різноманітних конфігурацій. До того ж, процес реалізації цих функцій здійснюється під постійним впливом різноманітних зовнішніх чинників, що необхідно враховувати, аналізуючи діяльність подібних закладів.

Ринок розважальних центрів в Україні активно почав формуватися з 2005–2006 років, коли, крім розрізнених невеликих кімнат для комп'ютерних ігор при кінотеатрах стали створюватися повноцінні

дитячі розважальні заклади. Незабаром з'явився формат дитячих розважальних центрів у складі торгових об'єктів, який отримав розвиток і завоював популярність в особі таких операторів, як «Ігроленд», «Пластилін», «Ураган» та ін. Ці об'єкти створювалися на орендованій оператором площі в торговельних центрах (ТЦ). Вони являють собою окремі зони площею 800 – 1500 м<sup>2</sup> з кафе, розважальними центами та приміщеннями.

Кризові явища 2008 – 2009 років з об'єктивних причин пригальмували бурхливий розвиток діючих мережевих операторів, а також появу нових. Частково це пов'язано з певним падінням прибутковості розважальних об'єктів. У той же час більшість споруджених тоді торгових об'єктів вже мали у своїх планах розважальну складову, оскільки об'єктивно це значно підвищує конкурентоспроможність і привабливість діючих торговельних центрів. До 2010 року були побудовані центри сімейного дозвілля, в яких крім дітей можуть проводити час дорослі. Найбільш яскравими прикладами таких центрів є «DreamTown» і «Blockbuster» [7].

До розглянутих особливостей типології вважаємо за доцільно додати ще класифікацію розважальних закладів за розміщенням в будівлях, а саме:

- в окремо розташованих будівлях, створених для дозвілля;
- у складі будівель громадських і торговельних комплексів;
- у вбудовано-прибудованих до житлових будинків приміщеннях;
- в існуючих будівлях і спорудах з перепрофілюванням та адаптацією їх для розважальних закладів.

Перші розміщуються, здебільшого, у громадських центрах міст та відпочинкових зонах, другі – у комплексах розваг

загальноміського та районного значення, треті – у центрах мікрорайонів та крупних житлових утворень.

Останній варіант розміщення розважальних закладів, який може відноситися до різноманітних містобудівних ситуацій та територій, стає все більш розповсюдженим за кордоном у зв'язку з наявністю великої кількості будівель, що втратили свою первісну функцію, та економією міських територій.

Одним із цікавих та корисних прикладів адаптації та реновації будівель є торгово-розважальний центр «Palladium» у м. Прага (розробник «European Property Development»). На місці закритого монастира капуцинів з костелом Св. Йозефа були побудовані казарми, які використовувалися до 1996 р. Невеликий костел зберігся, а казарми стали основою для нової будівлі торговельного центру. За костелом розташований затишний дворик з незвичайним фонтаном.

«Palladium» це комплекс не тільки для покупок, а й для відпочинку. Магазили на всіх п'яти поверхах обладнані найсучаснішою торговою технікою. Торговельний центр має понад три десятки ресторанів, барів і кафе, а також казино. На території центру розташований розважальний комплекс «Hrad Zabavy», що містить дитячу зону – студію розвитку «Umka», атракціони, ігрові автомати для дітей різного віку [8].

Комплекс «Palladium» став яскравим прикладом інтеграції сучасних елементів в структуру історичної будівлі (рис. 1).

Іншим не менш цікавим прикладом реновації нефункціонуючої промислової споруди, а саме газометрів 1896–1899 рр. є спорудження в комплексі громадських будівель ТЦ «Gasometer City» у м. Відні (інж. Т. Herrmann, F. Karaun).



**Рис. 1.** Загальний вигляд і інтер'єр торгово-розважального центру «Palladium», м. Прага, Чехія



**Рис. 2.** Загальний вигляд і інтер'єр торгово-розважального центру «Gasometer City», м. Відень, Австрія



**Рис. 3.** Торгово-розважальний центр «Mall of the Emirates», м. Дубай, ОАЕ

Чотири колишні газгольдери, що використовувались для зберігання природного газу були закриті, морально та

фізично застаріли, а у 1999–2001 рр. перепрофільовані у комплекс ТЦ «Gasometer City». Комплекс із чотирьох

газосховищ вміщає 615 сучасних житлових апартаментів, офіси, більше 70 магазинів, ресторанів, кінотеатр, конференц-зал на 3500 чоловік. Головний і найбільший блок розташовується на 3-х рівнях газометру «А» та виконує торговельну функцію. Увесь громадський торгово-розважальний комплекс – це 450-метровий, 4-х поверховий торговий центр, розміщений у кожній з чотирьох будівель газометрів з прилеглим до них додатковим центром «Е». У комплексі є ресторани, а в центрі «Е» знаходиться кінотеатр, боулінг та більярд. У підвалі газометру «В» знаходиться концертний Зал «Die Bank Austria Gasometer Halle» на 1400 м<sup>2</sup>, що вміщує 4200 чоловік. В «Gasometer Hall» проводять концерти, показують мюзикли, вистави сучасної опери, театру, кабаре, дискотеки тощо. Досить різні між собою газометри «С» і «D», пов'язані скляним «містком» з головного торгового центру. Внизу під магазином розміщено величезний підземний паркінг площею 15 000 м<sup>2</sup> на 350 машино-місць (рис. 2).

Дизайн інтер'єрів цих розважальних комплексів відрізняється контрастністю та різноманітністю художньо-образних засобів дизайну, застосуванням сучасних будівельних матеріалів, вишуканою кольоровою гамою та ефективним і естетичним світлотехнічним вирішенням. Враховуючи цей корисний закордонний досвід, слід зауважити, що при формуванні дизайну інтер'єрів в умовах адаптації приміщень існуючих будівель і споруд мають бути комплексно розв'язані питання пристосування їх просторів до функцій об'єктів дозвілля з урахуванням сучасних форм і засобів технічного розвитку.

Основне завдання при проектуванні розважального комплексу – це максимальна оптимізація використання його простору, а також привабливий зовнішній та внутрішній дизайн будівлі. Від цього залежить купівельна привабливість і

статус підприємства. При його проектуванні мають комплексно та послідовно вирішуватися наступні аспекти: описані вище різні особливості типології розважальних закладів; характеристики містобудівного розташування будівель та особливості їх реновації в разі використання для потреб об'єктів дозвілля; правильне функціональне зонування й ефективне використання площ згідно з їх призначенням; раціональність архітектурно-планувального та композиційного рішення; різноманітне предметно-просторове наповнення закладу; використання сучасного технологічного обладнання, та прогресивних інженерних систем; протипожежні заходи. При цьому кожен елемент системи чи підсистеми розважальних комплексів повинен розглядатися як цілісна система певного рівня.

При системному підході, сутність якого складається з реалізації вимог загальної теорії систем, об'єкт проектування розглядається як сукупність взаємозалежних елементів і компонентів, що утворюють систему, яка зв'язує компоненти загальною метою, тому при формуванні дизайну інтер'єрів просторів закладів дозвілля їх варто поділити на відповідні ієрархічні рівні організації архітектурного середовища.

Першим ієрархічним рівнем проектування є організація внутрішнього середовища будівлі чи ансамблю будівель і споруд, об'єднуючого комплекс єдиним внутрішнім простором. На цьому рівні вирішується загальний просторовий та дизайнерський задум і ідеологія архітектурного середовища всього інтер'єрного простору, умови його взаємозв'язку та взаємодії з відкритим простором оточення. Дизайн торговельно-розважальних центрів повинен бути об'єднаний цілісним концептуальним

вирішенням і загальним композиційним задумом.

Другим ієрархічним рівнем буде організація внутрішнього середовища конкретних приміщень дозвілля будівлі чи комплексу з урахуванням зв'язку з іншими відкритими та закритими елементами середовища. На цьому рівні, як і на попередньому вирішується функціональне зонування, архітектурно-просторова композиція, загальне кольорове вирішення, але не загального внутрішнього простору будівлі, а вже окремих функціональних складових і приміщень. Кольоровому рішенню, освітленню і підбору світлового обладнання при проектуванні розважальних об'єктів також слід приділяти особливу увагу. Грамотно підібрана кольорова гамма у взаємозв'язку із світловим обладнанням може помітно зорозово збільшити або зменшити приміщення, створити комфортну та неповторну для відвідувачів атмосферу й емоційний ефект.

Третім структурним блоком є предметне наповнення середовища та композиційне й художньо-образне вирішення основних системоутворюючих елементів та фрагментів інтер'єру конкретного приміщення в контексті з його загальним середовищним задумом. До елементів предметного наповнення архітектурного середовища в першу чергу відноситься його обладнання, що має функціональне призначення, таке як меблі, візуальна реклами, устаткування, малі архітектурні форми, елементи інженерної інфраструктури.

Художнє проектування обладнання, поряд із необхідністю комплексного вирішення конкретних функціональних, конструктивних, ергономічних, економічних умов формування середовища повинно відповідати естетичним вимогам, які будуть відображати певну стилістику середовища. Так дизайн меблів, квітників, фонтанів,

скульптурних інсталяцій, світильників тощо має проектуватися згідно з загальним концептуальним задумом.

Насичення композиції та створення стилістичної виразності об'єктів дозвілля відбувається також і за рахунок виразних деталей декору та синтезу мистецтв, тому четвертим ієрархічним рівнем є естетичне вирішення, в разі необхідності, деталей декору та синтезу мистецтв. Гармонійний синтез об'єктів дизайну з образотворчим та декоративно-прикладним мистецтвом (художня кераміка, монументальний і декоративний розпис, художній текстиль, скульптурні композиції, ужиткові вироби з деревини, металу, скла тощо) є вагомим засобом їх органічної взаємодії та зв'язку з архітектурним середовищем. Тут варто пам'ятати також і про вмиле використання засобів ландшафтного мистецтва і фітодизайну, адже рослини, трави і квіти та їх змістовні й естетичні комбінації мають чимале значення у облаштуванні середовища розважальних закладів.

І нарешті, останнім п'ятим рівнем є використання відповідних будівельних матеріалів і виробів. Вмиле використання традиційних будівельних матеріалів (кам'яних, керамічних, деревини) та їхньої фактури надає особливі природні художньо-образні характеристики та своєрідність середовищу. В той же час високий розвиток науково-технічного прогресу та впровадження нанотехнологій в подальшому відкривають широкі естетичні та художньо-образні можливості застосування, поряд із традиційними, інноваційних виробів і матеріалів (бетон та залізобетон; анодований метал, скло та інші матеріали і вироби з мінеральних розплавів; полімерні матеріали) для створенні неординарних середовищних композицій та реалізації сміливих творчих дизайнерських задумів (рис. 3). До сказаного вище варто також додати, що потрібно враховувати той факт, що дизайн

розважального комплексу необхідно періодично оновлювати, вносити зміни в його художнє оформлення, яке не повинно бути статичним, при цьому важливим є забезпечення стилістичної цілісності просторового та художньо-образного вирішення комплексу.

**Висновки.** В статті досліджено особливості формування архітектурного середовища розважальних закладів, узагальнено особливості типології та дизайну розважальних закладів та розглянуто специфіку їх розташування в населених пунктах та будівлях. Аналіз зарубіжного досвіду формування дизайну інтер'єрів розважальних закладів в умовах адаптації приміщень існуючих будівель і споруд свідчить про економічну доцільність і перспективність такого підходу та їх перепрофілювання й реновації з урахуванням первісного об'ємно-планувального рішення. При формуванні розважальних центрів слід комплексно вирішувати питання їх раціональної функціональної, просторової, конструктивної, технологічної, інженерної організації. Дизайн об'єктів докільця та їх елементів повинен бути об'єднаний загальною композицією, що залучає відвідувачів привабливим виглядом і високим ступенем комфорту, та забезпечувати стилістичну цілісність просторового та художньо-образного вирішення комплексу.

### Література

1. Абизов В.А. Фактори та умови, що визначають дизайн середовищних систем і об'єктів. *Вісник КНУКіМ: Мистецтвознавство*. Вип. 19. 2008. С. 4-17.
2. Іванечко Н. Основні тенденції інтеграційних процесів на ринку торговельно-розважальних послуг України. *Галицький економічний вісник*. 2010. № 3. С. 69-73.
3. Успенська Т. О. Основні тенденції розвитку дитячих розважальних зон та центрів дозвілля в торгово-розважальних комплексах

Кожен елемент системи чи підсистеми розважальних комплексів повинен розглядатися як цілісна система певного рівня, яка зв'язує їх компоненти загальною метою. Ієрархічними рівнями організації архітектурного середовища при формуванні дизайну інтер'єрів просторів дозвілля є наступні: організація всього внутрішнього середовища будівлі чи ансамблю будівель, що об'єднує комплекс; організація внутрішнього середовища конкретних приміщень дозвілля будівлі чи комплексу; предметне наповнення середовища; синтез мистецтв; використання відповідних будівельних матеріалів і виробів.

Такі системно-структурні засади типології внутрішнього середовища розважальних закладів дозволять глибше зрозуміти цей феномен й достовірно визначити вимоги і умови їх формування і реалізації на різних ієрархічних рівнях, та можуть бути ефективно використані для подальших досліджень тенденцій та перспектив розвитку дизайну інтер'єрів сучасних об'єктів дозвілля. Подальші дослідження цієї проблеми доцільно також спрямувати на вивчення можливостей використання просторів та формування дизайну різноманітних існуючих будівель і споруд з урахуванням їх перепрофілювання та адаптації для розважальних закладів.

великих мегаполісів України. *Архітектурний вісник КНУБА*. 2013. Вип. 1. С. 162-168.

4. Стальная В. Индустрия развлечений: тенденции развития. *Маркетинг*. 2009. №4. С. 91-104.
5. Петрова І. В. Розважальний комплекс в сучасній Україні: проблема типології. *Вісник Маріупольського державного університету*. Серія: Філософія, культурологія, соціологія. 2015. Вип. 10. С. 140-148.
6. Triesch G., Ockenfels W. Interessenverbände in Deutschland: ihr Einfluss in Politik, Wirtschaft

und Gesellschaft. Munchen; Landsberg am Lech: Olzog, 1995.

7. Розважальні центри: вчора, сьогодні, завтра... Property Times. 2011. № 10 (351).

8. Торговий центр PALLADIUM. URL: <http://www.praga-praha.ru/palladium> (дата звернення 23.06.2018).

#### References

1. Abyzov, V.A. (2008). Faktory ta umovy, shcho vyznachaiut dizain seredovyshchnykh system i ob'ektiv [Factors and conditions that determine the design of environmental systems and objects] *Visnyk KNUKiM: zb. nauk. prats. Mystetstvoznavstvo*. – Herald KNUCaA: collection of scientific works. Art studies, 19, 4-17 [in Ukrainian].

2. Ivanechko, N. (2010). Osnovni tendentsii intehratsiinykh protsesiv na rynku torhovelno-rozvezhalnykh posluh Ukrainy [Basic tendencies of integration processes in the market of trade and entertaining services of Ukraine] *Halytskyi ekonomichnyi visnyk*. – Galician economical whistle, 3. 69–73 [in Ukrainian].

3. Uspenska, T. O. (2013). Osnovni tendentsii rozvytku dytiachykh rozvezhalnykh zon ta tsestriv dozvillia v torhovo-rozvezhalnykh kompleksakh velykykh mehapolisiv Ukrainy [Main tendencies of development of children's entertainment zones

and leisure centers in shopping and entertainment complexes of large megacities of Ukraine] *Arkhitekturnyi visnyk KNUBA – Architectural Bulletin of KNUBA*, 1. 162–168 [in Ukrainian].

4. Stalnaia, V. (2009). Yndustryia razvlechenyi: tendentsyy razvytyia [Entertainment industry: trends of development] *Marketynh – Marketing*, 4. 91–104 [in Russian].

5. Petrova, I. V. (2015). Rozvezhalnyi kompleks v suchasni Ukraini: problema typpolohii [Entertaining complex in modern Ukraine: the problem of typology] *Visnyk Mariupolskoho derzhavnoho universytetu. Serii : Filosofiia, kulturolohiia, sotsiologiia* – Bulletin of the Mariupol State University. Series: Philosophy, Culturology, Sociology, 10. 140–148 [in Ukrainian].

6. Triesch G., Ockenfels W. *Interessenverbände in Deutschland: ihr Einfluss in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft*. Munchen; Landsberg am Lech: Olzog, 1995.

7. Rozvezhalni tsestry: vchora, sohodni, zavtra [Entertaining centers: yesterday, today, tomorrow]. Property Times, 10 (351) [in Ukrainian].

8. Torhovyi tsestr PALLADIUM [Shopping center PALLADIUM]. URL: <http://www.praga-praha.ru/palladium> (Last accessed: 23.06.2018) [in Russian].

## ОСОБЕННОСТИ ТИПОЛОГИИ И ДИЗАЙНА РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

АБЫЗОВ В. А., ВОВКОТРУБ О. Н.

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**Цель.** Выявление особенностей классификаций и системно-структурных основ типологии архитектурной среды развлекательных заведений. Рассмотрение особенностей дизайна объектов досуга согласно иерархическим уровням формирования и развития их среды.

**Методика.** Исследование базируется на системном подходе, который позволяет рассматривать архитектурную среду развлекательных заведений как иерархически подчиненную целостность. Используются также методы исторического, сравнительного и типологического анализа, натурных обследований.

**Результаты.** В статье обобщены особенности типологии развлекательных заведений. Рассмотрена специфика их расположения в городах и сельских населенных пунктах.

## FEATURES OF TYPOLOGY AND DESIGN OF ENTERTAINING ESTABLISHMENTS

ABYZOV V.A., VOVKOTRUB O. M.

*Kiev National University of Technology and Design*

**Purpose.** Identification of features of classifications and system-structural principles of the typology of the entertaining institutions' architectural environment. Consideration of design features of objects of leisure according to the hierarchical levels of formation and development of their environment.

**Methodology.** The research is based on a systematic approach that allows us to consider the architectural environment of entertaining institutions as hierarchically subordinate to the integrity. Also are used methods of historical, comparative and typological analysis, field surveys.

**Results.** The article generalizes features of the typology of entertaining institutions. The specifics of their location in cities and rural settlements are considered. The classification of

Предложена классификация развлекательных заведений по размещению в зданиях. Выявлены иерархические уровни формирования и развития дизайна архитектурной среды объектов досуга. Рассмотрены особенности и примеры дизайнерских решений, в том числе в существующих зданиях и сооружениях с учетом перепрофилирования, и адаптации их для развлекательных заведений.

**Научная новизна.** Исследована и систематизирована типология развлекательных заведений, предложена их классификация по размещению в зданиях. Приведены особенности дизайна развлекательных заведений в соответствии с выявленными иерархическими уровнями формирования и развития архитектурной среды объектов досуга.

**Практическая значимость.** Выявлены особенности типологии и подходы к дизайну развлекательных заведений могут быть использованы в практической деятельности дизайнеров и организации досуга, что позволит внедрить при их проектировании креативные идеи и средства создания гармоничной среды.

**Ключевые слова:** развлекательные заведения, классификация, типология архитектурной среды досуга, иерархические уровни, дизайн, интерьер.

entertaining establishments for placing in buildings is offered. The hierarchical levels of formation and development of the architectural environment design of leisure facilities are revealed. Features and examples of design solutions are considered, including the existing buildings and structures, taking into account the transformation and adaptation of them for entertaining establishments.

**Scientific novelty.** The typology of entertainment establishments is explored and systematized, their classification for placement in buildings is proposed. The peculiarities of the entertaining establishments design in accordance with the revealed hierarchical levels of formation and development of the architectural environment of leisure facilities are presented.

**Practical significance.** The revealed features of the typology and approaches of the design of entertaining facilities can be used in the practical activities of designers and leisure organizations, which will allow them to introduce creative ideas and tools for creating a harmonious environment during their design.

**Keywords:** entertaining establishments, classification, typology of the architectural environment of leisure, hierarchical levels, design, interior.

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРІВ:

[https://doi.org/  
10.30857/2617-  
0272.2018.3.3](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.3)

**Абизов Вадим Адільевич**, д-р. архітектури, професор, професор кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-5494-8230, Scopus 57196951264, **e-mail:** vaddimm77@gmail.com

**Вовкотруб Оксана Миколаївна**, магістр, ORCID 0000-0003-0465-9817, **e-mail:** kseniavovkotryb@gmail.com

**Цитування за ДСТУ:** Абизов В. А., Вовкотруб О. М. Особливості типології та дизайну розважальних закладів. *Art and design*. 2018. №3. С. 30-40.

**Citation APA:** Abyzov, V.A., Vovkotrub, O. M. (2018) Features of typology and design of entertaining establishments. *Art and design*. 3. 30-40.

УДК

791.65:792.024:379.82

DOI:10.30857/2617-0272.2018.3.4.

АРТЕМЕНКО М.П., АГАДЖАНЫН І.С.

Херсонський національний технічний університет

**ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНІ ОСОБЛИВОСТІ ГЕРОЇВ КОСПЛЕЮ В КОНТЕКСТІ ДОСЯГНЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ АТРАКЦІЇ**

**Мета.** Дослідження має на меті систематизацію художньо-образних особливостей героїв косплею в контексті досягнення туристичної атракції з урахуванням культурних традицій східного (японського) та західного (американо-європейського) напрямку даної субкультури.

**Методика.** Дослідження включає в себе критичний аналіз публікацій з обраної тематики, аналітичну обробку та систематизацію зібраної інформаційної бази дослідження з фотоілюстративним матеріалом, в якому зафіксовані приклади костюмів для косплею. Також в роботі використані візуально-графічні методи обробки даних, які дозволили наочно ілюструвати характерні концептуальні течії художніх образів східного та західного напрямку даної субкультури.

**Результати.** Виділено чотири основні групи художніх образів героїв косплею за походженням, а також виявлено принципові відмінності в образах східного та західного напрямку косплею. Для західного (американо-європейського) сформовано класифікаційну схему, що налічує 12 базових груп персонажів з характерними зовнішніми ознаками, для східного (японського) обґрунтовано більш складну ієрархічну структуру, яка містить три глобальні категорії (образи «реального світу», «вигаданого світу», «середньовічного світу») та одну допоміжну (фансервісні образи). Глобальні категорії образів розділяються на 9 груп.

**Наукова новизна.** Вперше проведено науковий аналіз та систематизацію художньо-образних особливостей героїв косплею з урахуванням специфіки культурних традицій східного (японського) та західного (американо-європейського) напрямку даної субкультури.

**Практична значущість.** Результати дослідження можуть бути використані в педагогічній діяльності у викладанні ряду дисциплін, пов'язаних з проектуванням видовищного та театрального костюму, а також в практичній діяльності дизайнерів, художників з костюму, косплеєрів-практиків, менеджерів з туризму тощо.

**Ключові слова:** костюм, рекреація, туризм, косплей, атракція, дизайн одягу, художній образ.

**Вступ.** Туризм у сучасному світі сприймається як головна форма рекреаційної діяльності, перетворившись на потужну самостійну галузь нематеріального виробництва, що задовольняє потреби суспільства у відпочинку [1]. З кожним роком кількість мотиваційних чинників людства для міграції в пошуках нових вражень, а також видів та способів рекреації зростає. Одним з них є костюмована гра, або косплей, що виникла в середині ХХ століття під впливом зростаючої популярності наукової

фантастики, комп'ютерних ігор, коміксів та інших проявів масової культури. Темпи розвитку костюмованої гри у світі дозволяють фахівцям практикам робити висновки, що косплей поступово перестає бути культурою для обраних представників субкультури фанатів і стрімкими темпами трансформується у загальнодоступний вид дозвілля, про що зазначає І. Тацумі [2]. Дане твердження підкріплюється статистикою зростання популярності косплей-фестивалів та ілюструється кількістю учасників подібних заходів, яка в деяких випадках

перевищує 500 тис. осіб. Потік туристів складається не тільки з представників косплей-субкультури, а й здебільшого з туристів-спостерігачів, які отримують туристичну атракцію та досягають мету рекреації за рахунок видовищності дійства.

Як стверджує О. А. Артем'єва, провокація штучної атракції являє собою фізичне втілення концептуального туристично-рекреаційного ресурсу у вигляді об'єкта [3]. В контексті досліджуваної теми таким об'єктом виступає костюм для костюмованої гри як самостійна одиниця туристичного продукту. З огляду на вище сказане можна стверджувати, що підхід до костюму як до елемента провокації атракції в туристично-рекреаційній діяльності є доцільним та потребує всебічного дослідження.

**Постановка проблеми.** На сьогоднішнє питання костюму в туризмі в науковій літературі увага майже не приділяється, хоча є низька заходів, для втілення концепції яких костюм відіграє провідну роль. Косплей-фестивалі, як приклад таких туристичних рекреацій, збирають тисячі прихильників по всьому світові, а з позицій мистецтвознавства та дизайну залишаються недостатньо опрацьованими. Зокрема, відкриті до досліджень художньо-образні особливості героїв косплею, їх специфіка в залежності від культурних традицій.

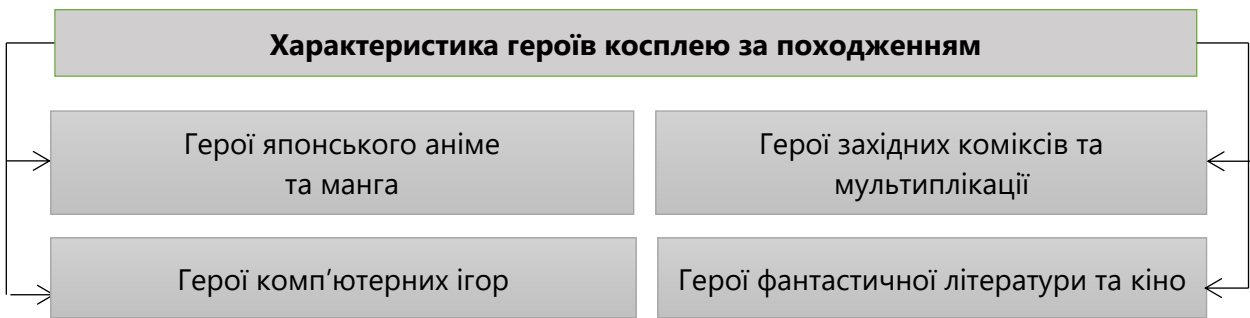
**Аналіз попередніх досліджень.** Більшість наукових публікацій на задану тему оприлюднені в закордонних англійських виданнях, наприклад, праці Х. МакКарті [4], І.Тацумі [2], М.Бруно [5], Дж. Байнбриджа та К. Норріса [6], О.Рамена [7]. В переважній більшості зазначені автори приділяють увагу історії розвитку косплею, її субкультурному характеру та іншим аспектам. Художньо-образні та концептуальні особливості в них не розкриваються. Серед вітчизняної наукової літератури є поодинокі випадки розгляду косплею, проте в площині далекій від

мистецтва та дизайну. Зокрема, О.Улітіна та Є.Якуш [8] досліджують косплей з позицій авторського права відповідно до особливостей Українського законодавства.

Дослідження має на меті систематизацію художньо-образних особливостей героїв косплею в контексті досягнення туристичної атракції з урахуванням культурних традицій східного (японського) та західного (американо-європейського) напрямку даної субкультури.

**Результати дослідження.** Вибір художнього образу косплеєром тісно пов'язаний з процесом самоконструювання особистості, зазначає П. Ханова [9]. Приміряючи на себе ролі різних героїв, людина отримує можливість вивчити способи конструювання особистості на основі досвіду різних персонажів. Зрозуміти, з яких елементів вибудовується образ, як він впливає на самовідчуття і поведінку, а потім освоєні інструменти використовуються для побудови себе і пошуку власного унікального місця в світі. В цій побудові художнього образу і полягає сенс костюмованої гри та її атракційні можливості як засобу рекреації.

На першому етапі дослідження художніх образів героїв косплей-заходів проведено відповідно до їх походження. Традиційно косплеєри черпають натхнення та відтворюють образи персонажів з коміксів, анімаційних роликів, комп'ютерних ігор, фантастичної літератури та кіно. В окрему категорію доцільно винести специфічний різновид коміксів та анімації, що виділяються як за візуальними характеристиками своїх героїв так і за іншими особливостями, японські аніме та манга. Про цю відмінність також зазначають і автори деяких робіт [11, 12]. В результаті, пропонується розділити всі художні образи учасників сучасної костюмованої гри на чотири категорії, які наведено на рис. 1.



**Рис. 1.** Класифікаційна схема художніх образів косплею за походженням

Відмінність в образах героїв східної (японської) та західної (американо-європейської) костюмованої гри обумовила необхідність проведення подальшого детального аналізу художніх образів окремо для кожного напрямку субкультури косплею. Як вже зазначалося вище, в середовищі західних косплеєрів є більш популярними герої американських коміксів, фантастичних фільмів, історичні особистості, а також персонажі з фільмів на історичну тему [10]. Наступним кроком в даному дослідженні стала класифікація низки отриманих образів на групи за їх характерними ознаками. Так було сформовано 12 основних груп образів для костюмованої гри західного спрямування: супергерої, суперлиходії, воїни та лицарі, королі та принцеси, приведи та мерці, прибульці та мутанти, роботи та кіборги, чародії, фантазійні герої, етнічні та історичні, формено-професійні, а також зооморфні (рис. 2).

В основних концептуальних тенденціях художніх образів костюмованої гри, що локалізована в Америці та Європі, простежуються споконвічні питання боротьби добра і зла відображені в супергероях та суперлиходіях, ера яких почалась ще 30–40-х рр. ХХ ст. Герой, який має фантастичні магічні здібності – може літати, бачити предмети наскрізь, володіє суперсилою і супершвидкістю – відображає певні соціальні очікування, і в цьому сенсі вбудовується в картину світу, яка є у людей

[12]. І, як символ інтегрований в реальний соціокультурний простір, супергерой втілює утопічні очікування людства від майбутнього. Також можна спостерігати і класичну тему потойбічного життя в привидах та оживих мерцях. Цікавлять косплеєрів і теми пов'язані з чарами та надприродними магічними можливостями. Всі зазначені категорії мають цілком зрозумілі для українського менталітету візуальні характеристики художніх образів та дають змогу прогнозувати зовнішній вигляд решти героїв даного ряду.

На відміну від західного напрямку косплею в Японії більшу кількість учасників збирають заходи, що пов'язані з комп'ютерними іграми, аніме та манга [10, 11]. Крім того серед загальних відмінних рис японського косплею проявляється вільне використання фашистської амуніції, вона є одягом багатьох персонажів [11], що на Заході є недоречним. Також популярним в створенні художніх образів персонажів японського аніме та манга є використання в якості творчого джерела представників сімейства котячих, про що згадується в публікаціях [10, 13], в результаті більшість героїв мають значну кількість деталей, які запозичені у представників даного виду тварин (вухка, хвосту тощо). Відповідні тенденції відображаються і в художніх образах костюмів для косплею. Явище, коли праобразами персонажів для косплею є герої з тваринними рисами, отримало назву кігурумі (Kigurumi).



Рис. 2. Класифікаційна схема художніх образів косплею західного спрямування

Косплеєри Японії, відмічається в ресурсі ДарамаКун: «Факти про Азію» [13], створюють для себе фірмові знаки – відмінності, які вказують на їх приналежність до даної субкультури. Вони виготовляють спеціальні значки, брелоки, викрашують одне пасмо волосся в незвичний колір.

Ще однією відмінною особливістю косплей-субкультури Японії є явище транс гендерного обрання образів, тобто коли косплеєри перевтілюються в осіб протилежної статі. Воно отримало назву «Crossplay». Цей термін є скороченим поєднанням двох слів ( за аналогією з косплеєм) – crossdressing та cosplay [14], хоча явище не є ексклюзивним лише для цього жанру. Аналізу цього явища приділяє увагу А. Палмер [15], яка не виключає як його причину навмисну спекуляцію андрогенними образами авторами аніме.

Звернувшись на попередньому етапі досліджень до аналізу ознак праобразів персонажів японського косплею, було виявлено складну та заплутану ієрархічну структуру, яка включає низку параметрів, що характеризують героя. Наприклад, в інтернет-ресурсі Anime Characters Fight wiki [16] можна знайти персонажів 10 рівнів сил. В залежності від рівня сили персонаж відноситься до низького (людська межа; низький, середній та високий надлюдський рівень; глобальний), середнього (планетарний, зоряний та міжзоряний, галактичний) або високого (вселенський, метавселенський та всевишній) ярусу сили. Також при більшій деталізації за окремими характеристиками виділяються біля 45 категорій. Наведемо лише деякі з них: янголи, боги, вампіри, демони, дракони, духовні сутності, тварини, інопланетяни, качки, кіборги, лолі, маги, маніяки та багато інших.

Проте при детальному розгляді представників кожної категорії, загальних

схожих візуальних ознак в художніх образах персонажів не виявлено. Що свідчить про інший рівень розуміння героя. Наприклад, якщо спробувати проаналізувати представників однієї з запропонованих на ресурсі [16] категорій, побачимо, що вони можуть володіти координально відмінними зовнішніми характеристиками як за статтю та антропоморфологічними ознаками самої фігури, так і за композиційно-формоутворюючими особливостями костюма (табл. 1).

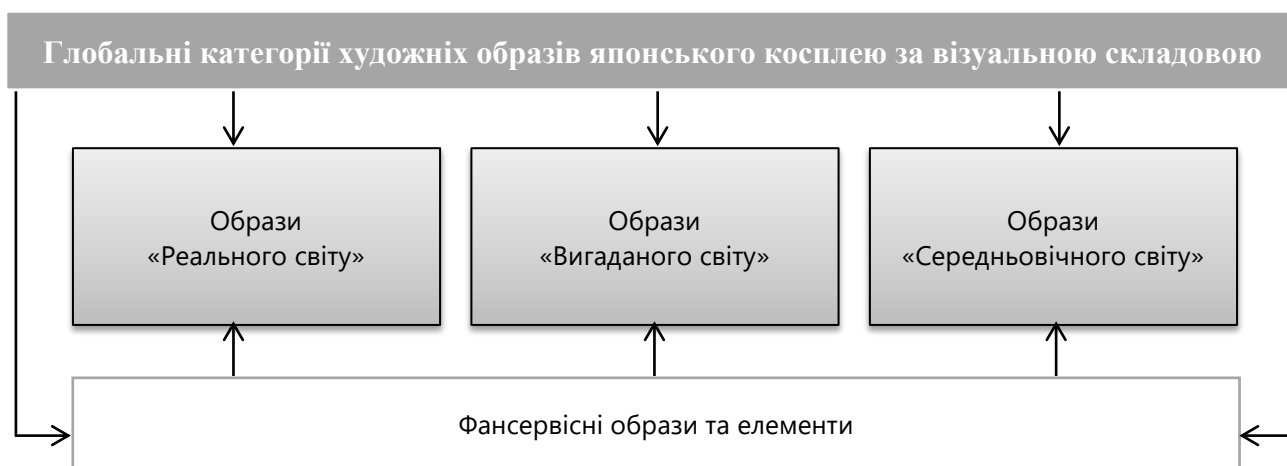
Тобто, можна зробити висновок, що прообрази персонажів для японського косплею в середовище фанатів або як вони себе називають «отаку» аніме та манга, класифікуються в першу чергу за параметрами магічних чи фізичних сил, особливостей характеру та інших інформаційно-комунікативних складових образу, які часто однозначно в костюмі персонажу не проявляються. З вказаної причини було вирішено розробити нову класифікацію прообразів для японського косплею, що базуватиметься на візуально визначених та зовнішньо зрозумілих параметрах художнього образу героя.

При цьому залучено експертів-шанувальників аніме та косплей-руху м. Херсона, які допомогли розтлумачити та розібратися в широкій базі аніме-персонажів та їх особливостей. На основі інтерв'ю з А. Сухановою – випускницею кафедри дизайну ХНТУ, косплеєром, учасником фестивалю «Natsu Nami 5», було розроблено класифікаційні схеми, які наведені нижче. Визначено, що всіх героїв аніме за їх візуальними особливостями без урахування специфічних сил можна розділити на три великих категорії: образи «Реального світу», образи «Вигаданого світу» та образи «Середньовічного світу», а також «Фансервісні» образи (рис. 3). Останні мають мігруючі ознаки, що можуть проявлятися в будь-якому зі «Світів».

Таблиця 1

**Характеристика героїв японського аніме та манга, що входять до категорії «дракон» [16]**

<b>Зображення</b>				
<b>Ім'я</b>	«Акнологія»	«Йі Шенрон»	«Азі-Дахака»	«Офіс»
<b>Стать</b>	Чоловік	Чоловік	Чоловік	Безстатевий (для цього героя не існує поняття статі)
<b>Вік</b>	Понад 400 років	Невідомо	Не рахується	Невідомо, щонайменше 10 тис. років
<b>Опис</b>	Чарівник, вбивця драконів, дракон	Дракон тіні, істота негативної енергії	Зороастрійський древній демон-лорд (Мао) третього рангу, триголовий дракон, персоніфікація зла	Драконівський Бог Нескінченності, засновник і колишній лідер Бригади Хаосу



**Рис. 3.** Класифікаційна схема художніх образів японського косплею за візуальною складовою: глобальні категорії

Поняття фансервісу розкривається в Енциклопедії аніме Клеменкса, Джонатана та МакКарті [17], а також в журналі АнімеГід А.Косирінім [18], під ним автори розуміють прийом в сучасному образотворчому мистецтві, ключовою особливістю якого є включення в сюжетний ряд певних сцен або ракурсів, які не є сюжетоутворюючими, але розраховані на певний відгук у цільовій аудиторії з метою підвищення зацікавленості та залучення потенційних глядачів. Термін походить з фендому манги і аніме, але зараз він використовується і щодо інших медіа, наприклад відеоігор, коміксів і фільмів.

Найпопулярнішим та одночасно найскромнішим видом фансервіса в Японії є панцу, що представляє собою добірку ракурсів і кадрів таким чином, щоб наче ненароком продемонструвати глядачеві деталі нижньої білизни персонажів жіночої, а іноді і чоловічої статі [19]. Дане явище введено в ужиток японськими художниками і аніматорами в кінці шістдесятих років ХХ століття. Тоді панцу стало часто з'являтися в розповідях про милих маленьких дівчаток (бісьодзьо) або одягнених у форму школярок, орієнтованих на дорослу чоловічу аудиторію.

Таким чином, якщо транслювати це поняття на костюмовану гру, то фансервісні образи містять елементи еротики в костюмі. Виходячи з того, що явище фансервісу стало для японського аніме майже класикою жанру, основна більшість костюмів східних косплеєрів має відверту сексуальну спрямованість. Сексуальність є одним з найемоційніших видів впливу на людину, оскільки направлена як на фізичний відгук в респондента (з біологічної точки зору), так і на різні сфери його психічного життя (в аспекті соціокультурному) – відчуття, переживання, уяву, думки, дії, вчинки – все те, що супроводжує його активність [20]. Тому

сексуальність костюму може бути використана як засіб досягнення атракції (враження, позитивного емоційного відгуку). Повертаючись до аналізу художніх образів японської костюмованої гри та з огляду на складну ієрархічну структуру персонажів аніме, було вирішено образи кожного із трьох основних інспіративних для косплею «світів» дослідити окремо.

До образів «Реального світу» вирішено віднести персонажів, чиї костюми мають звичайні побутові сучасні форми та конструкції. В цьому випадку костюми косплеєрів будуть вирізнятися з загальної маси звичайних людей наявністю певних знаків відмінностей. Це може бути – характерна зачіска або макіяж, аксесуари (перстень, амулет, браслет, кулон, значок тощо) або наявність в руках певних атрибутів, що супроводжують образ героя в аніме чи манга. Найчастіше такі костюми відповідно до їх візуальних ознак можна віднести до однієї з наведених на рис. 4 груп.

Ще одним напрямком у японському аніме та манга є історичний, в цьому випадку при формуванні візуальних характеристик художніх образів персонажів здебільшого використовують історичний або національний костюми різних країн. Відповідно вже зазначена вище категорія образів «Середньовічного світу» містить дві основні групи костюмів (рис. 4).

Більш складна ситуація з образами «Вигаданого світу». На першому рівні виділяється три групи – антропоморфні, зооморфні та механізми. До антропоморфних в даному випадку відносяться образи людей, проте з більш складними костюмами в порівнянні з образами «Реального світу». Однак при більш ретельному аналізі більшість костюмів «Вигаданого світу» в антропоморфних образах виявились доволі одноманітними за формою.

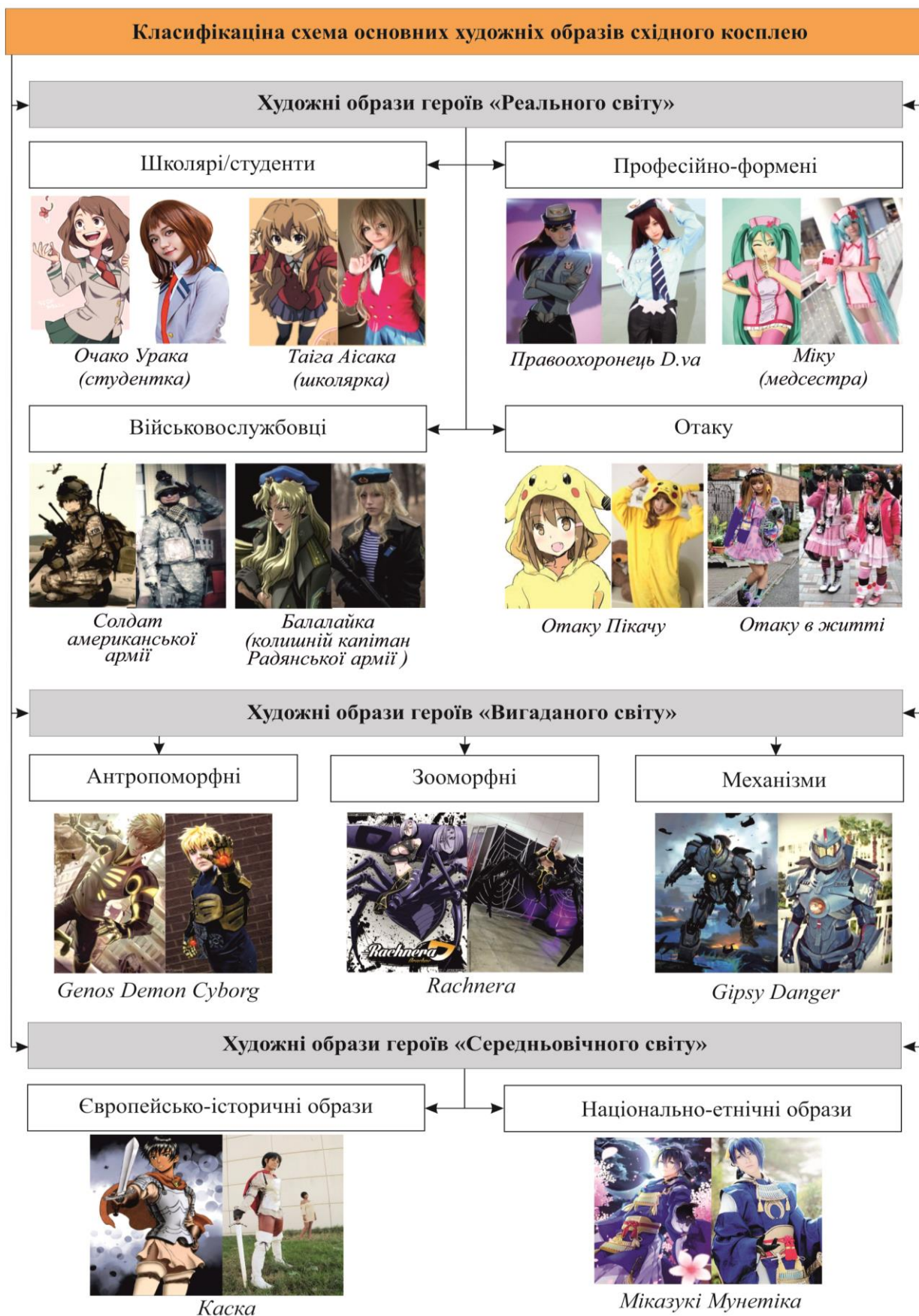


Рис. 4. Класифікаційна схема основних художніх образів східного косплею

Силуети прилеглі, багато відкритих ділянок тіла, що підкреслюють сексуальність образу, особливо жіночого. Відмінності здебільшого полягають в наявності додаткових аксесуарів та реквізиту. Наприклад, образ воїнів може бути з механічною або магічною зброєю та обмундируванням, і якщо в першому випадку аксесуари більш техногенні, то в другому фантазійні. Також можна виділити образи мандрівників, в костюми яких часто включаються плащі. Пірати одягнені за класикою європейського жанру.

Зооморфні персонажі більш різноманітні за формами, за рахунок злиття людських рис з тваринними. Залежно від їх класу можна виділити художні образи героїв костюмованої гри, що мають ознаки птахів, ссавців, рептилій, комах, павукоподібних, тощо.

Остання група художніх образів «Вигаданого світу» - механізми, також підрозділяється на підгрупи – роботів та кіборгів.

**Висновки.** Костюмована гра (косплей) є потужним ресурсом в створенні штучної туристичної атракції. Художні образи героїв косплею мають чітке інспіративне коріння в персонажах коміксів (манга), мультиплікації (аніме), комп'ютерних ігор, наукової фантастики тощо. В результаті проведеного аналізу виділено чотири основні групи художніх образів героїв косплею за походженням, а також виявлено

принципові відмінності в образах східного та західного напрямку косплею, що полягають, в першу чергу, у генезисі образу, обраного в якості інспірації для костюму. Для західного (американо-європейського) напрямку косплею було сформовано класифікаційну схему, що налічує 12 базових груп персонажів з характерними зовнішніми ознаками. Для східного (японського) косплею в зв'язку з іншою специфікою розуміння героя обґрунтовано більш складну ієрархічну структуру, яка містить три глобальні категорії (образи «реального світу», «вигаданого світу», «середньовічного світу») та одну допоміжну (фансервісні образи).

В подальших дослідженнях планується поглиблений розгляд художньо-композиційних особливостей костюмів (виявлення формоутворюючих, композиційних прийомів, характерних матеріалів та фактур тощо) для західного та східного напрямків косплею з урахуванням виділених категорій та груп образів.

Також буде досліджено можливі першоджерела для косплею орієнтованого на українські культурні традиції з метою їх популяризації та адаптації до потреб сучасності, а також розробки національно орієнтованих туристичних продуктів, концептуальна ідея яких ґрунтується на використанні костюма.

## Література

1. Смаль І.В., Смаль В.В. Рекреація, туризм і дозвілля: тлумачення і співвідношення понять. *Педагогічні та рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля*: праці міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 4-6 черв. 2004 р.) Київ. 2004. С. 123-128.

2. Тацумі Інуї. Бушующая культура косплея. *Современный взгляд на Японию* URL: <https://www.nippon.com/ru/column/g00255/> (дата звернення 12.05.2018).

3. Артемьева О. А. Формирование туристских продуктов, основанных на искусственной аттракции: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. Москва, 2011. 25с.

4. McCarthy H. A Brief History of Cosplay . *The Phoenix Papers*. 2017, Vol. 3. № 1. P. 130-139. URL: <http://fansconf.a-kon.com/dRuZ33A/wp-content/uploads/2017/08/15-A-Brief-History-of-Cosplay.pdf> (Last accessed: 12.05.2018).

5. Bruno M. Cosplay: The Illegitimate Child of SF Masquerades. *Glitz and Glitter Newsletter, Millenium Costume Guild*. 2002. URL: <http://millenniumcsg.tripod.com/glitzglitter/1002articles.html>. (Last accessed: 12.05.2018).

6. Bainbridge J. Norris C. Posthuman Drag: Understanding Cosplay as Social Networking in a Material Culture. *Intersections: Gender & Sexuality In Asia & The Pacific*. 2013. Iss. 32 URL: [http://intersections.anu.edu.au/issue32/bainbridge\\_norris.htm](http://intersections.anu.edu.au/issue32/bainbridge_norris.htm). (Last accessed: 12.05.2018).

7. Osmud R., Wing-sun L. and Hei-man Cheung B. «Cosplay»: Imaginative Self and Performing Identity. *Fashion Theory. The Journal of Dress Body & Culture*. 2015. Vol. 16, Issue 3. P. 317-342. DOI: 10.2752/175174112X13340749707204

8. Улітіна О., Якуш Є. Косплей і авторське право. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2016. № 6 (92). С. 25-30.

9. Ханова П. Есть ли у косплея смысл? *Русский репортер*. 2014. №33 (361). URL: [http://expert.ru/russian\\_reporter/2014/33/est-li-u-kospleya-smysl/](http://expert.ru/russian_reporter/2014/33/est-li-u-kospleya-smysl/) (дата звернення 12.05.2018).

10. Косплей. *Психология и Психиатрия: Психология личности*. URL: <http://psihomed.com/kospley/> (дата звернення 12.05.2018).

11. Косплей. URL: <http://www.ritsu.ru/sn21-kospley.html> (дата звернення 12.05.2018).

12. Аль-Сальхани М. Вселенная комиксов: кому сегодня нужны супергерои? URL: <https://mir24.tv/news/13265812/vselennaya-komiksov-komu-segodnya-nuzhny-supergeroi> (дата звернення 12.05.2018).

13. Inessa. Япония. Косупурэ (косплей) *Дорамакун: Факты об Азии* URL: <http://doramakun.ru/interesting/asian-facts/1344436462.html> (дата звернення 12.05.2018).

14. Crossplay URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/https://en.wikipedia.org/wiki/Crossplay> (дата звернення 12.05.2018).

15. Palmer A. Let's Cosplay: Crossplay. *TokyoPop*. 2007. URL: <https://web.archive.org/web/20070421090515/http://www.tokyopop.com/649.html> (Last accessed: 12.05.2018).

16. Профили персонажей. *Anime Characters Fight wiki*. URL: [http://ru.anime-characters-fight.wikia.com/wiki/Категория:Профили\\_персонажей](http://ru.anime-characters-fight.wikia.com/wiki/Категория:Профили_персонажей) (дата звернення 12.05.2018).

17. Clements J., McCarthy H. *The Anime Encyclopedia: A Guide to Japanese Animation Since 1917*. Stone Bridge Press, 2006. 867 p.

18. Косырин А. Явление: фансервис. *АнимеГид*. 2006. № 12. С. 30-33.

19. Панцу. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Панцу> (дата звернення 12.05.2018).

20. Діденко С. В., Козлова О. С. Психологія сексуальності: підручник. Київ, 2009. 304 с.

## References

1. Smal, I.V., & Smal, V.V. (2004). *Rekreasiia, turyzm i dozvillia: tлумachennia i spivvidnoshennia poniat*. [Recreation, tourism and leisure: interpretation and correlation concepts]. *Mizhnarodna naukovo-praktychna konferencija "Pedagoghichni ta rekreacijni tekhnologhiji v suchasnij industriji dozvillja"*. [International scientific and practical conference "Pedagogical and recreational technologies in the modern leisure industry"]. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/smal.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/smal.htm) [in Ukrainian].

2. Tacumi, Inui (2015). Bushuyushchaya kul'tura kospleya. [The raging culture of cosplay]. *Sovremennyy vzglyad na Yaponiyu*. [Modern view of Japan]. URL: <https://www.nippon.com/ru/column/g00255/> [in Russian].
3. Artemeva, O. A. (2011). Formirovanie turistskikh produktov, osnovannykh na iskusstvennoy attraktsii. [Formation of tourist products based on artificial attraction]. *Avtoreferat dysertatsii kandydata ekonomichnykh nauk* [Extended abstract of candidate's thesis]. Moscow. [in Russian].
4. McCarthy, H. (2017). A Brief History of Cosplay. *The Phoenix Papers*. 1. 3. 130–139. URL: <http://fansconf.a-kon.com/dRuZ33A/wp-content/uploads/2017/08/15-A-Brief-History-of-Cosplay.pdf>.
5. Bruno, M. (2002). Cosplay: The Illegitimate Child of SF Masquerades. *Glitz and Glitter Newsletter*, Millenium Costume Guild. URL: <http://millenniummcg.tripod.com/glitzglitter/1002articles.html>.
6. Bainbridge, J. (2003). Posthuman Drag: Understanding Cosplay as Social Networking in a Material Culture. *Intersections: Gender & Sexuality In Asia & The Pacific*. URL: [http://intersections.anu.edu.au/issue32/bainbridge\\_norris.htm](http://intersections.anu.edu.au/issue32/bainbridge_norris.htm).
7. Osmud, R., Wing-sun, L. & Hei-man, Cheung B. (2015). «Cosplay»: Imaginative Self and Performing Identity. *Fashion Theory. The Journal of Dress Body & Culture*. 16. 3. 317–342. doi: <http://dx.doi.org/10.2752/175174112X13340749707204>.
8. Ulitina, O., Jakush, Je. (2016). Kosplej i avtorsjke pravo [Cosplay and copyright]. *Teoriya i praktyka intelektual'noji vlasnosti*. [Theory and practice of intellectual property]. 6(92), 25–30. URL: <http://www.inprojournal.org/uk/6-92-2016>. [in Ukrainian].
9. Khanova, P.(2014) Yest li u kospleya smisl [Does cosplay have any sense?]. *Russkii reporter* [Russian reporter]. 33(361). URL: [http://expert.ru/russian\\_reporter/2014/33/est-li-u-kospleya-smysl/](http://expert.ru/russian_reporter/2014/33/est-li-u-kospleya-smysl/) [in Russian].
10. Kosplei [Cosplay]. *Psikhologiiia i Psikhiatriia: Psikhologiiia lichnosti*. [Psychology and Psychiatry: Psychology of personality]. URL: <http://psihomed.com/> [in Russian].
11. Kosplei [Cosplay]. Retrieved from <http://www.ritsu.ru/sn21-kospley.html> [in Russian].
12. Al-Salkhani, M. (2015). Vselennaia komiksov: komu segodnia nuzhny supergeroi?[The universe of comics: who today need superheroes?]. *Mir24: stil zhizni*. URL: <https://mir24.tv/news/13265812/vselennaya-komiksov-komu-segodnya-nuzhny-supergeroi> [in Russian].
13. Inessa. (2012). Iaponiia. Kosupure (kosplei). [Japan. Kosupure (cosplay)]. *DoramaKun: Fakty ob Azii* [DoramaKun: Facts about Asia]. URL: <http://doramakun.ru/interesting/asian-facts/1344436462.html> [in Russian].
14. Crossplay. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Crossplay>.
15. Palmer, A. (2007). Let's Cosplay: Crossplay. *TokyoPop*. URL: <https://web.archive.org/web/20070421090515/http://www.tokyopop.com/649.html> (Last accessed: 12.05.2018).
16. Profili personazhei [Profiles of characters]. *Anime Characters Fight wiki*. Retrieved from <http://ru.anime-characters-fight.wikia.com/> [in Russian].
17. Clements, J., McCarthy, H. (2006). *The Anime Encyclopedia: A Guide to Japanese Animation Since 1917*. 2, 30–67. Stone Bridge Press.
18. Kosyrin, A. (2006). Iavlenie: fanservis [Appearance: fan service]. *AnimeGid*. 12, 30–33. [in Russian].
19. Pantcu [Panzu]. Retrieved from <https://ru.wikipedia.org/wiki/Панцу> [in Russian].
20. Didenko, S.V., Kozlova, O.S. (2009) *Psihologiya seksualnosti: pidruchnik* [Psychology of Sexuality: Textbook]. Kiev [in Ukrainian]

**ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ГЕРОЕВ КОСПЛЕА В КОНТЕКСТЕ ДОСТИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ АТТРАКЦИИ**

АРТЕМЕНКО М.П., АГАДЖАНИАН И.С.

*Херсонский национальный технический университет*

**Цель.** Целью исследования является систематизация художественно-образных особенностей героев косплея в контексте достижения туристической аттракции с учетом культурных традиций восточного (японского) и западного (американо-европейского) направления данной субкультуры.

**Методика.** Исследование включает в себя критический анализ публикаций по выбранной тематике, аналитическую обработку и систематизацию собранной информационной базы исследования с фотоиллюстративным материалом, в котором зафиксированы примеры костюмов для косплея. Также в работе использованы визуально-графические методы обработки данных, которые позволили наглядно иллюстрировать характерные концептуальные направления художественных образов восточного и западного направления данной субкультуры.

**Результаты.** Выделены четыре основных группы художественных образов героев косплея по происхождению, а также выявлены принципиальные различия в образах восточного и западного направления косплея. Для западного (американо-европейского) было сформировано классификационную схему, которая насчитывает 12 базовых групп персонажей с характерными внешними признаками. Для восточного (японского) косплея обоснованно более сложную иерархическую структуру, которая содержит три глобальные категории (образы «реального мира», «вымышленного мира», «средневекового мира») и одну вспомогательную (фансервисные образы). Глобальные категории образов дополнительно разделяются на 9 групп.

**Научная новизна.** Впервые проведен научный анализ и систематизация художественно-образных особенностей героев косплея с учетом специфики культурных традиций восточного (японского) и западного (американо-европейского) направления данной субкультуры.

**ARTISTIC-FIGURATIVE FEATURES OF COSPLAY HEROES IN THE CONTEXT OF REACHING A TOURIST ATTRACTION**

ARTEMENKO M. P., AGHAJANIAN I. S.

*Kherson National Technical University*

**Purpose.** The study seeks to systematize artistic-figurative features of cosplay heroes in the context of achieving tourist attraction taking into account the cultural traditions of the eastern (Japanese) and western (American-European) directions of this subculture.

**Methodology.** The research includes a critical analysis of publications on selected topics, analytical processing and systematization of the collected information base of the study with photo-illustrative material, in which examples of costumes for cosplay are recorded. Also, the visual-graphic methods of data processing were used in the work, which allowed to illustrate clearly the characteristic conceptual directions of artistic images of the eastern and western directions of this subculture.

**Results.** Four groups of artistic images of cosplay heroes of the origin are distinguished, as well as fundamental differences in the images of the eastern and western directions of cosplay are revealed. For the Western (American-European), a classification scheme consisting of 12 basic groups of characters with distinctive external features was formed; for the eastern (Japanese), a more complex hierarchical structure that contains three global categories (images of the «real world», «fictional world», «the medieval world») and one auxiliary (fanservice images). Global categories of images are divided into 9 groups.

**Scientific novelty.** For the first time, scientific analysis and systematization of artistic-figurative features of heroes of cosplay have been conducted taking into account the specifics of the cultural traditions of the eastern (Japanese) and western (American-European) directions of this subculture.

**Практическая значимость.** Результаты исследования могут быть использованы в педагогической деятельности при преподавании ряда дисциплин связанных с проектированием зрелищного и театрального костюма, а также в практической деятельности дизайнеров, художников по костюмам, косплееров-практиков, менеджеров по туризму и прочих.

**Ключевые слова:** костюм, рекреация, туризм, косплей, аттракция, дизайн одежды, художественный образ.

**Practical significance.** The results of the research can be used in pedagogical activities in teaching a number of disciplines related to the design of a spectacle and theatrical costume, as well as in the practice of designers, costume designers, cosplayers, tourism managers, etc.

**Keywords:** costume, recreation, tourism, cosplay, attraction, design of clothes, artistic image.

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРІВ:

**Артеменко Марія Павлівна**, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри дизайну, Херсонський національний технічний університет, ORCID 0000-0002-8957-5403, Scopus 57202603385, **e-mail:** marikomash@gmail.com

**Агаджанян Ірина Сосівна**, магістр, ORCID 0000-0003-3648-3043, **e-mail:** ira.agadzhanyan.97@bk.ru

[https://doi.org/  
10.30857/2617-  
0272.2018.3.4](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.4)

**Цитування за ДСТУ:** Артеменко М.П., Агаджанян І.С. Художньо-образні особливості героїв косплею в контексті досягнення туристичної атракції. *Art and design*. 2018. №3. С. 41–53.

**Citation APA:** Artemenko, M.P., Aghajanian, I.S. (2018) Artistic-figurative features of cosplay heroes in the context of reaching a tourist attraction. *Art and design*. 3. 41–53.

УДК

766:621.798.1]:378.091.3

DOI:10.30857/2617-0272.2018.3.5.

БОЖКО Т.О.

Київський національний університет культури і мистецтв

**НАВЧАЛЬНІ АЛГОРИТМИ ДИЗАЙНУ ПАКУВАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Мета** статті розглянути і виокремити алгоритми навчального процесу з підготовки майбутніх фахівців з дизайну пакувальної продукції. Для цього розглянуто і виділено ті етапи навчального проектування, що є підготовчими до самостійного виконання проектів пакувальної продукції.

**Методика** дослідження передбачає використання методу системно-порівняльного аналізу та зіставлення алгоритмів професійного та навчального проектування.

**Результати.** В статті доведено невідповідність очікувань студентства на інсайт у постановці та вирішенні проектних завдань. Визначено необхідність свідомого формування уявлень про синтетичний та інтегрований характер дизайн-діяльності. Сформульовано та виділено шість етапів навчальної діяльності, а саме: накопичення досвіду проектувальника стосовно можливостей формоутворення пакувальних конструкцій і їх подальших трансформувальних, залежно від матеріалів і технологій виготовлення; вивчення аналогів пакувальної продукції; формулювання проектних проблем, відповідно до кожної проектної ситуації; генерування ідей; формування варіативних проектних пропозицій; тестування згенерованих пропозицій та вибір найбільш оптимального рішення.

**Наукова новизна** роботи полягає у встановленні етапів навчального проектування, відмінних від класичної методики, та розкритті тих сутнісних протиріч, з якими доводиться зтискатись, і які необхідно вирішувати проектувальнику в процесі опанування навичок дизайну пакувальної продукції.

**Практична значущість** дослідження полягає у його впливовості на процес підготовки дизайнерів-графіків, з визначенням наступних складових: формування базових знань; розвиток спостереження; навички аналізу; навички креативного мислення та генерування ідей; керування процесами видозмін та навичками точного технічного відтворення означених видозмін за допомогою широкої гами зображувальних засобів; емпатії та навичок обґрунтованого вибору проектних пропозицій.

**Ключові слова:** дизайн пакувальної продукції, алгоритми навчального проектування, етапи проектної діяльності.

**Вступ.** У сьогоденні постійний розвиток товарного ринку та його інформаційного забезпечення неможливі без свідомого передбачення результатів проектної діяльності стосовно товарів, що створюються і їх споживчих властивостей. Власне цей процес проектування, прогнозування та передбачення споживчих властивостей товарів і є дизайном, а процес передбачення ефективних способів представлення товарів на споживчому

ринку в пакувальних конструкціях є дизайном пакувань.

Результати проектування пакувальної продукції напряму залежать від якості підготовки дизайнера. Але алгоритми підготовки фахівців до проектування пакувальної продукції допоки лишаються поза увагою науковців.

Варто зауважити, що проблеми алгоритмів дизайнерського мислення останнім часом є дуже актуальними. До їх обговорення і висловлення думок

звертається значна кількість науковців, зокрема Говорун А.В. [3], Іванова А.А. [2], Кузнецова В.М. [5], Кучер С.Л. [6], Пильнік Р.О. [8].

Однак, наводячи типові етапи проектного процесу, на яких формулюються проблеми, задаються правильні питання, генеруються нові ідеї та вибираються кращі рішення, дослідники автентично передбачають, що до проектної ситуації підходить вже підготовлений фахівець. Універсальна модель такого фахівця передбачає наявність у нього необхідних базових знань та досвіду проектної діяльності, що дозволяють йому вирішувати фахові питання та генерувати інноваційні пропозиції. Натомість питання підготовки такого фахівця і окреслення завдань та проблем, з якими йому доводиться зтикатися в процесі підготовки до фахової діяльності, допоки залишаються поза увагою науковців.

**Постановка завдання.** Отже, мета даної статті розглянути і виокремити ті етапи навчального проектування, що є підготовчими до самостійного виконання проектів пакувальної продукції. Зважаючи на все зростаючу популярність спеціалізації графічний дизайн, в межах якої здійснюється підготовка до проектування пакувальної продукції, є доречним приділити заглиблену увагу питанням підготовки студентства до цієї професії та тим алгоритмам навчального проектування, що призводять до утворення інноваційних та ефективних проектних розробок.

**Результати дослідження.** В найбільш ґрунтовній методичній праці – методиці художнього конструювання, алгоритми дизайнерського проектування стисло окреслюються висловлюванням: *функція – конструкція – концепція – образ*. Пояснення й обґрунтування цього алгоритму свідчать, що першим кроком проектної діяльності має бути усвідомлення проектних задач і визначення

функціонального призначення об'єкта проектування. Наступний крок – вивчення аналогів об'єкта проектування з точки зору їх конструктивної будови, її доцільності й можливості модифікації. Потім має місце етап генерування ідей і формулювання дизайнерських концепцій з обов'язковою присутністю інноваційної компоненти і внесенням змін у конструктивну будову, або з пропозиціями абсолютно нової конструктивної схеми об'єктів проектування. І, нарешті, залежно від запропонованої конструктивної схеми, вибудовувався кінцевий образ об'єкта проектування за рахунок забезпечення індивідуальної образно-пластичної формотворчої виразності. На цьому етапі остаточно вирішувались матеріали і технології виготовлення дизайн-об'єктів, готувалась проектна документація [7].

Але, слід пам'ятати, що методика художнього конструювання була орієнтована, насамперед на об'єкти промислового дизайну та дизайну середовища, в той час як проблеми графічного дизайну в ній висвітлювались вельми побіжно. В той же час, етап генерування ідей передбачав розуміння дизайнерами конструктивних можливостей, закладених в об'єктах проектування, наявності у проектувальника достатньо високого ступеня ґрунтовних знань щодо специфіки їх функціонування.

Варто розуміти, що зараз, обираючи професію дизайнера, більшість молодих людей сподіваються на отримання легкого та швидкого результату проектної діяльності, на наявність певного осяяння – «інсайту», що з легкістю призводить до отримання високоякісних результатів проектування. Такий погляд частково виправданий класичним визначенням дизайну, що презентує його, як різновид творчої проектно-прогностичної діяльності, пов'язаної з передбаченням та обґрунтуванням нових властивостей та

якостей предметів навколишнього світу, що мають бути виготовлені для реалізації на споживчому ринку. Наведене визначення дизайну, хоча і починається з приємного слова – творчість, насправді виявляється явищем досить специфічним, і призводить до розуміння його складного, швидше за все синтетичного походження, для виявлення якого варто глибше зануритись у визначення дизайну пакувань.

Ведучи мову про дизайн пакувань, варто насамперед прийти до згоди, що саме будемо мати на увазі під цим поняттям. У практиці сьогодення сучасного виробництва під терміном «дизайн пакувань» частіше за все мають на увазі процес зовнішнього декорування, художнього оздоблення вже визначеної технологіями, маркетологами та іншими фахівцями пакувальної конструкції, яку варто лише дещо «прикрасити» кольором, шрифтом та зображенням і при цьому, бажано, ще й зробити не схожою на інші, вже існуючі.

Однак, подібний підхід до дизайну є практикою хибною, і практикою гідною лише вчорашнього, але ніяк не сьогоднішнього, і тим більше не завтрашнього дня. Тому що дизайн в пакувальній галузі, як ніде, є мистецтвом і водночас явищем синтетичним, явищем, яке охоплює, обумовлює та утримує таку сукупність факторів, яка ніяким чином не вкладається в рамки виключно декорування форми. Навпаки, сама форма, і пов'язані з нею матеріали та конструкція, у значній мірі вже є вагомим (і, можливо, найзначнішим) фактором у формуванні зовнішнього цілісного образу майбутнього пакування. І саме у відповідності цілісного образу пакування, яке миттєво оцінює споживач, якості і споживчій вартості товару і полягає секрет успіху або «провалу» пропонованого виробниками дизайну своєї продукції.

Отже, першим кроком підготовки фахівця до діяльності з проектування пакувань має бути накопичення досвіду проектувальника стосовно можливостей формоутворення пакувальних конструкцій і їх подальших трансформувань, залежно від матеріалів і технологій виготовлення. На цьому етапі студенти мають отримати знання щодо розмаїття конструктивно-затворних елементів картонажних пакувань та способів їх розташування на різних площинах, накопичити досвід оперування цими елементами та засвоїти їх залежність від матеріалів. Без накопичення означеного досвіду студенти не матимуть ґрунтового фундаменту для критичної оцінки аналогової продукції та подальших проектних пропозицій. Отже, цей етап має бути передуючим до етапу формулювання проектних проблем, встановленому у класичній методиці дизайн-проектування.

Наступний етап навчального проектування має бути безпосередньо пов'язаний з практикою вирішення проектних завдань. Однак, враховуючи дуже широкий спектр пакувальної продукції, цей крок неможливий без конкретизації товарної групи та визначення її специфічних особливостей. Отже, цим кроком є вивчення аналогів пакувальної продукції та ознайомлення на їх прикладах як з системами художньо-образних засобів, задіяних в процесі втілення пакувальної продукції, так і з властивостями матеріалів та технологіями обробки і виготовлення, які потребують ретельного вивчення і засвоєння, співвідносно до кожного з різновидів пакувальної продукції. На цьому етапі забезпечується критично-аналітичний відбір аналогової продукції та усвідомлення цілісності і взаємозв'язку художньо-образних засобів та матеріалознавчих і технологічних аспектів. Обізнаність щодо властивостей матеріалів і технологій визначають економічну доцільність або недоцільність виготовлення цих самих

об'єктів, а їх аналіз в значній мірі впливає на творчі здібності проектувальника, а відтак і його подальші творчі зусилля, спрямовані на надання об'єктам нових якостей. Вивчення аналогів спонукає замислитись над питаннями «буденних» і «креативних», вирішень, унаочнює переваги несподіваних, нестандартних підходів, здатних привертати та утримувати увагу споживачів.

В навчальному проектуванні наступним кроком, після вивчення аналогів та усвідомлення зв'язків між матеріалами й технологіями виготовлення, є формулювання проектних проблем, відповідно до кожної проектної ситуації. Цей крок не може бути випереджаючим, допоки студент не накопичить достатньої кількості знань щодо властивостей об'єктів проектування та можливостей їх модифікації. Відповідно, запити на творчі зусилля проектувальника в дизайн-діяльності виявляються зовсім не тотожними до омріяних бурхливих оплесків

з приводу будь-якого запропонованого «шедевр». Навпаки, ці запити швидше за все опиняються серед жорстко визначеної системи обмежень, яка графічно представлена на рис. 1. Обмеження передбачають узгодження і організацію взаємодії двох угруповань діалектично – протилежних аспектів. До першого угруповання належать утилітарно – функціональні (такі, що задовольняють практичні життєві потреби) та естетичні якості (такі, що відображують специфічну потребу в прекрасному, гармонійному, художньо облаштованому середовищі). До другого угруповання відносять раціональні якості (обумовлені вже існуючими технологіями та усталеними способами виробництва продукції), протизагу яким складають концептуальні (інноваційні якості об'єктів проектування, що змушують науковців до пошуків і практичного впровадження нових технологічних форм в організації виробництва).

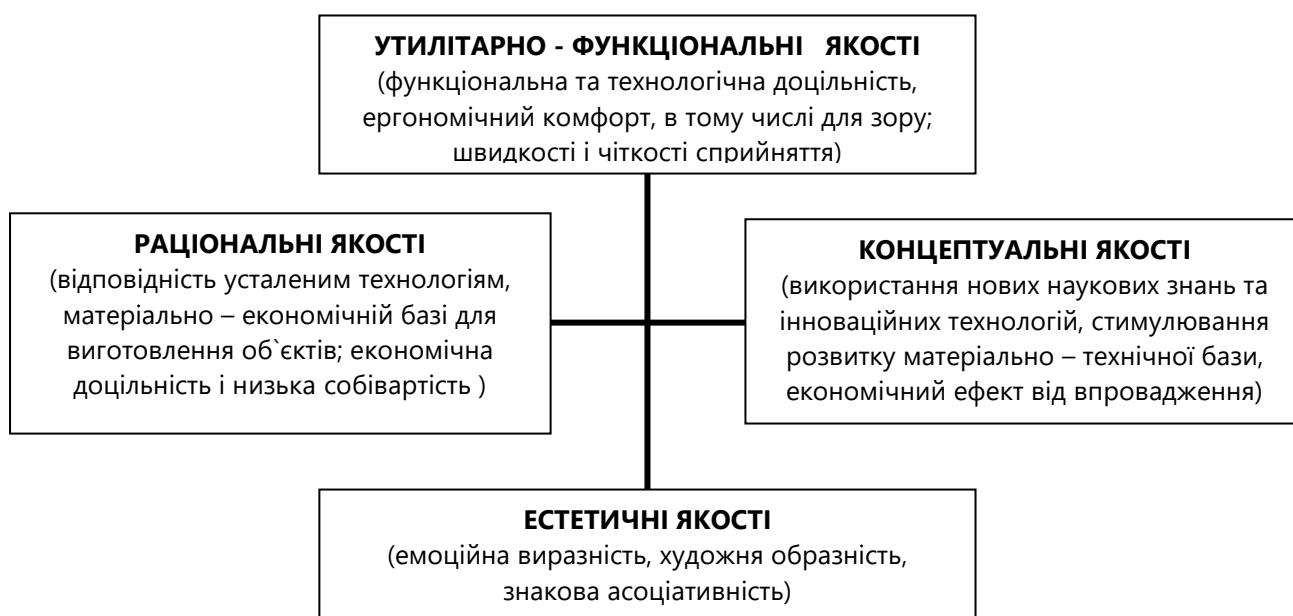


Рис. 1. Система обмежень якісних характеристик об'єктів проектування

З наведеного видно, що надалі неможливо вести мову про вільну творчість і спонтанні способи народження дизайн-образів. Натомість доведеться прийняти до розрахунку необхідність попереднього накопичення знань та виділення специфічних чинників, які варто розглянути окремо і детальніше.

Так, раціональні та утилітарно-функціональні якості вступають виступають у дуалістичній протилежності до естетичних та концептуальних якостей в об'єктах проектування та вимагають знаходження консенсусу між ними. Але визначення критеріїв та закономірностей такого впорядкування на основі вище означеної системи діалектично протилежних аспектів не передбачає використання «готових форм» і універсальних «шаблонів» для всіх об'єктів проектування, а вимагає зробити вибір оптимального співвідношення значущості між всіма означеними аспектами та закріпити його у формах конкретного об'єкту проектування.

В свою чергу естетичний аспект дизайн-діяльності займає в системі візуального впорядкування пріоритетну функцію і не може бути усуненим на другорядні позиції серед чинників формоутворення. В такий спосіб, оптимальний вибір завжди здійснюється на засадах інтеграції таких напрямків, як «мистецтво» та «технології», кожен з яких істотно впливає на формування, як міжпредметних підходів у царині самої фахової діяльності, так і на процеси навчання і підготовки до неї.

Саме формулювання проектних проблем дозволяє співвіднести функції пакування в кожній з проектних ситуацій з вже реалізованими пріоритетними якостями і побачити, яких саме якостей: раціональних чи емоційно-образних позбавлені більшість аналогів, а відтак, які саме якості мають бути закладені в майбутніх проектах. Усвідомлення

пріоритетних якостей об'єктів проектування вимагає актуалізації логічних методів і раціонального мислення.

В практиці проектування пакувань означений дуалізм, насамперед, виявляється на етапі генерування ідей і полягає у виборі між вже існуючими та давно апробованими пакувальними конструкціями та інноваційними конструктивними вирішеннями, які здатний запропонувати дизайнер. Тобто вибір, як правило, робиться на користь концептуальних якостей. До речі, концептуальні якості можуть полягати не тільки в оригінальному формоутворенні, а й в доповненні вже існуючих конструкцій новими функціонально-конструктивними елементами.

На цьому етапі можуть поєднуватись як логічно-орієнтовані методи, так і методи, що формують чуттєві компоненти проектного образу. Але і тут сподіватись виключно на осяяння є недоречним. До найбільш поширених методів належать методи матриці ідей та комбінаторно-модульного підбору конструктивних елементів. До методів чуттєвого пошуку можна віднести метод асоціацій, метод мозкового штурму та метод рольових перевтілень. Але варто пам'ятати, що кожна згенерована пропозиція має піддаватись критичному аналізу і співвідноситись з вимогами технологічності і економічності виготовлення. Найбільшою небезпекою цього етапу є схильність проектувальника оперувати вже існуючими стандартними конструктивними вирішеннями, без внесення до них будь-яких змін. З цього приводу варто пам'ятати, що нехтуючи інноваційністю та цілісністю дизайн-образу, втрачається більше ніж 50% його привабливості, втрачається миттєва інформативність товару, закладена ще на асоціативному рівні. Втрачається частка надії, що вибір на полицях крамниць та супермаркетів буде зроблено саме на

користь проектного товару. В той же час, за підрахунками фахівців, на українському ринку щорічно з'являються 10–15 нових або оновлених пакувань [4]. Їх оригінальне формоутворення – не обов'язково зовсім нова і досі не використана конструкція, або новітні затвори і, як наслідок, штампи до них. Найчастіше це просто доречно пропорційовані, вдало доповнені, або просто скомбіновані вже існуючі різновиди конструктивних типів. Тому, прогнозуючи формотворення майбутніх пакувань дизайнер свідомо або підсвідомо користується знаннями, накопиченими на першому етапі, що дозволяє значно урізноманітнити спектр наявних конструктивних вирішень та в подальшому підпорядковувати конструктивному вирішенню інші елементи інформаційно-комунікативного коду.

Отже, етап генерування ідей має сприяти формуванню у студентів навичок варіативного вирішення сутності проектних проблем та пов'язаних з ними завдань; здатності шукати альтернативи, найбільш відповідні формам та функціональному призначенню об'єкта проектування; пропонувати різні способи візуального представлення інформації на пакуваннях, підпорядковувати їх кількості і властивостям елементів кожної з систем кодування.

Наступним важливим етапом є формування варіативних проектних пропозицій. Суттєвою вимогою цього етапу є утворення цілісного образу пакувань з забезпеченням зв'язку вже визначеної форми з характером графіки, що є остаточно обумовленою складом і якістю товару, і, в свою чергу, вирізняє його серед розмаїття інших. Ведучи мову про графіку на пакувальних конструкціях, слід пам'ятати, що під цим терміном розуміємо 4 принципово відмінні способи кодування інформації – від застосування

фото реалістичних або стилізованих зображень до знакових зображень, технічної графіки та рекламних чи утилітарних шрифтових композицій. Завдання проектувальника не тільки обрати, але й обґрунтувати доречність використання того чи іншого способу кодування інформації, або сукупності таких способів, що в свою чергу потребують гармонізації та узгодження означених вище дуалістичних аспектів. На цьому навчальному етапі від студента вимагається забезпечення інтегративної дії всієї сукупності чинників, що впливають на реалізацію ідеї та втілюються у проектний образ, дотримання пріоритетної якості, або сукупності пріоритетних якостей в об'єктах проектування.

Варто пам'ятати, що дизайн, як прогностична діяльність є орієнтованим на інтенсифікацію процесів сприйняття та відтворення інформації, за допомогою яких буде втілена мета проекту, тобто на комплексний пошуковий підхід. Специфічною особливістю такого підходу є використання не стандартизованих, а урізноманітнених форм зображувальної мови, встановлення доречності та необхідності їх застосування у відповідності до мети та способів представлення об'єктів проектування.

З приводу актуалізації свідомого та обґрунтованого підходу до вирішення проектних завдань Кучер С.Л. слушно зауважує: «Дизайн – це не просто створення нового зовнішнього вигляду продукту, дизайн – це усвідомлення того, як цей продукт працює» [6, С. 61].

Ведучи мову про вибір та обґрунтування виразних засобів графіки неможливо обійти увагою колір, його асоціативні можливості, миттєве закріплення у свідомості, багату гамму відтінків, чистоту тону, тощо, що роблять його використання незамінним у формуванні індивідуалізованої візії товару.

Всі наведені властивості кольору роблять його одним з чинників збільшення кількості проектних пропозицій і варіативності їх втілення. Отже, етап варіативного втілення проектних пропозицій передбачає приділення особливої уваги варіантам кольорографічного вирішення об'єкту проектування; пошуку оптимальних і ефективних вирішень колористичної гами пакувальної продукції.

Тому цей етап вимагає, з одного боку, подовжених термінів часу на його здійснення, з іншого, має привчити проектувальника до швидкості виконання проектних пропозицій та критичного варіювання засобами образу творення.

На етапі формулювання варіативних проектних пропозицій, оглядаючи композиційне вирішення загального образу пакувань і підпорядковане йому кольорове, зтикаємось з такими поняттями як:

- загальне тло пакування;
- головні та другорядні рекламні елементи;
- інформаційний ряд та його насиченість;
- гармонізація комунікативних елементів пакування у поєднанні з необхідністю акцентування котрогось з них;
- технологічні поліграфічні можливості і, звичайно, їх вартість.

І тут вимальовується цікавий зв'язок: чим більше є опрацьованим фактор формоутворення і його відповідність структурі, функції та бренду товару, тим менше потрібно «ламати голову» над графічним вирішенням, себто воно природньо підпорядковується конструкції, стає максимально інформативним і, водночас, мінімально насиченим другорядними і відволікаючими увагу декоративними елементами – і, як наслідок, більш смаковим і привабливим.

Правило: «Менше графічних елементів – більше варіювання ними» – один з найвизначніших показників рівня

професійної майстерності дизайнерів, який мають опанувати студенти під час навчального проектування.

Але наведена тут залежність між оригінальністю формоутворення та ефективністю комунікативних якостей пакувальної продукції ні в якій мірі не означає, що для кожного з товарів неодмінно потрібно добирати власну індивідуалізовану форму пакувальної конструкції. Це поки що бажаний, але ніяк не обов'язковий чинник.

Стандартні пакувальні конструкції також можуть бути індивідуалізовані за рахунок доповнення і модифікації конструктивно-затворних елементів. І залежить це, як вже було зазначено, від якості товару, його бренду (назви), популярності, від вміння дизайнера створювати та обґрунтовувати графічну концепцію, відповідно до урізноманітнених вимог.

Кожен з визначених та перелічених чинників в свою чергу може бути опрацьований одним, двома або сукупністю графічних засобів.

Але при цьому найвизначнішим був і залишається чинник економічної обґрунтованості застосування тієї чи іншої конструкції і її залежності від вартості власне пакувального матеріалу, а також технологій поліграфічного «доведення».

Безсумнівно, що жодна з найоригінальніших дизайн-ідей не буде втілена у життя до того часу, доки не буде обґрунтований і підрахований економічний ризик її застосування, який існує завжди і залежить від особливостей складу, терміну зберігання та споживчої вартості кожного конкретного товару.

Тому наступним етапом як проектної діяльності, так і підготовки до неї, має бути тестування згенерованих пропозицій. Тут проектувальнику належить засвоїти залежність між товарною групою та готовністю споживачів реагувати на

інноваційні пропозиції товарного ринку. Ще раз зазначу, що за даними маркетингових опитувань, 68% респондентів згодні переплачувати від 10 до 25% вартості товару за якісну та привабливу упаковку для кондитерських виробів та подарункової продукції з подовженим терміном зберігання. Тобто оригінальні пропозиції дизайнерів щодо формоутворення є найбільш доречними для тих різновидів товарів, які функціонально призначені для презентаційно-емоційної сфери застосування, і висвітлюють увагу і турботу споживачів про оточуючих. У той же час ті самі респонденти, при споживанні товарів щоденного вжитку, які купуються для себе, віддають перевагу максимально дешевій (просто прозорій) упаковці, на кшталт відповідних за складом та якістю полімерних плівок [4].

На цьому етапі студенти мають опанувати досвід емпатії і вміння ставити себе на місце споживача, критично оцінюючи власні проектні пропозиції. Тобто етап тестування вимагає пов'язувати загальне функціональне призначення кожного з продуктів з вузькою тематичною орієнтацією його бренду. Тут проектувальник знову повертається до визначення проектних проблем. Наявність значної кількості якостей, втілених в об'єктах проектування і обумовлених впливом різноспрямованих чинників, спонукає до критичного визначення значущості і пріоритетності кожної з них, встановлення відповідності до певного з продуктів проектування або їх угруповання. Необхідність встановлення пріоритетності у сукупній взаємодії визначених якостей унеможливорює забезпечення спільних підходів до всієї продукції, й вимагає їх поглибленого вивчення та встановлення певних типів і рівнів структурної організації.

Отже, на цьому етапі відбувається практичне усвідомлення наведеного на

початку дослідження дизайнерського алгоритму; *функція – конструкція – концепція – образ*. І необхідно відзначити, що професійні, концептуально обґрунтовані дизайн-пропозиції якраз і дозволяють знайти «золоту середину» у політиці ціноутворення товарів. Застосовуючи індивідуалізовану конструкцію, зменшуємо витрати на поліграфію, кількість кольорів, фарб, прогонів та ін. Застосовуючи стандартні конструктивні вирішення, – маємо шляхи і резерви використання новітніх, більш сучасних технологій та матеріалів, але і в тому, і в іншому випадках планується прибуток у вигляді числа зростання прихильників проекрованої продукції.

**Висновки.** В такий спосіб підготовка до виконання дизайн-проектів пакувальної продукції передбачає наявність шести етапів, а саме:

- накопичення досвіду проектувальника стосовно можливостей формоутворення пакувальних конструкцій і їх подальших трансформувань, залежно від матеріалів і технологій виготовлення;
- вивчення аналогів пакувальної продукції;
- формулювання проектних проблем, відповідно до кожної проектної ситуації;
- генерування ідей;
- формування варіативних проектних пропозицій;
- тестування згенерованих пропозицій та вибір найбільш оптимального рішення.

Практика реалізації наведених етапів вимагає: формування базових знань, розвитку спостереження, навичок аналізу, керування процесами видозмін та навичками точного технічного відтворення означених видозмін за допомогою широкої гами зображувальних засобів, емпатії та навичок обґрунтованого вибору. Варто відмітити, що дизайн-образи утворені в свідомості проектувальника завжди є багатозаровими, як генетично, так і

функціонально, що дозволяє особистості немов би переміщуватися у світ символічних значень, свідомо оперувати знаками, символами, словами. В інформаційному відношенні саме образи утворюють найбільш місткі форми репрезентації оточуючої дійсності. Це положення є підтвердженням того, що в процесі професійного навчання є потреба поєднувати методи, що формують чуттєві і логічні компоненти проектного образу.

### Література

1. Божко Т.О. Методичні основи вдосконалення проектування продукції графічного дизайну: дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07. Київ, 2011. 185 с.

2. Ivanova A.A. Design Thinking as a New Approach in Education. Вісник Харківської державної академії дизайну та мистецтв. 2017. № 3. С. 33–39.

3. Говорун А.В. Необхідність впровадження технології дизайн мислення як складової професійної мистецької освіти *Дизайн-освіта 2017: матеріали IX міжнародного форуму (9-12 жовтня 2017 року)*. Харків: ХДАДМ, 2017. С. 33–35.

4. Кривошей В.М. Упаковка в нашому житті. Київ: ІАЦ «Упаковка», 2001. 160 с.

5. Кузнецова В.М. Дизайн-мислення як інноваційна технологія у контексті вищої мистецької освіти. *Дизайн-освіта 2017: матеріали IX міжнародного форуму (9-12 жовтня 2017 року)*. Харків: ХДАДМ, 2017. С. 53–57.

6. Кучер С.Л. Використання методології дизайн-мислення при виконанні творчих проектів майбутніми вчителями технологій. *Дизайн-освіта 2017: матеріали IX міжнародного форуму (9-12 жовтня 2017 року)*. Харків: ХДАДМ, 2017. С. 60–62.

7. Соловьев Ю.Б., Сидоренко В.Ф., Кузьмичев Л.А. и др. Методика художественного конструирования; под ред. Ю.Б. Соловьева. 2-е изд. М.: ВНИИТЭ, 1983. 166 с.

Наведені у статті тренувальні етапи є запорукою якості опанування проектувальником досвіду проектної діяльності в дизайні пакувальної продукції, що дозволить йому впевнено почувати себе в реальних умовах товарного ринку та генерувати пропозиції, відповідні вимогам часу та соціокультурним запитам населення.

8. Пильнік Р.О. Розвиток дизайнерського мислення в образотворчій діяльності. Вісник ХДАДМ. 2007. № 6. С 111–116.

### References

1. Bozhko T.O. (2011) *Metodychni osnovy vdoskonalennia proektuvannia produktsii hrafichnoho dyzainu*: [Methodical foundations of the graphical design production project perfection] Candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].

2. Ivanova A. (2017). Design Thinking as a New Approach in Education. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu ta mystetstv – Bulletin of Kharkiv State Academy of Design and Arts*. 3, 33–39. [in English]

3. Hovoryn A. (2017). Neobkhdnist vprovadzhennia tekhnolohii dyzain myslennia yak skladovoi profesiinoi mystetskoï osvity [The need for the introduction of thinking design technology as a component of professional artistic education]. *Design Education 2017: IX mizhnarodnyi forum (9-12 zhovtnia 2017 roku)*. – IX International Forum. (pp. 33-35). Kharkiv: KSADA [in Ukrainian].

4. Kryvoshey V. (2001). *Upakovka v nashomu zhytti* [Packing in our lives]. Kyiv [in Ukrainian].

5. Kyznetzova V.M. (2017) *Dyzain-myslennia yak innovatsiina tekhnolohiia u konteksti vyshchoi mystetskoï osvity* [Design thinking as an innovative technology in the context of higher artistic education] *Design Education 2017: IX mizhnarodnyi forum (9–12 zhovtnia 2017 roku)*. – IX International Forum. Kharkiv: KSADA, 53–57 [in Ukrainian].

6. Kytcher S.L. (2017). *Vykorystannia metodolohii dyzain-myslennia pry vykonanni*

*tvorchykh proektiv maibutnomy vchyteliamy tekhnolohii* [Using the methodology of design thinking when performing creative projects by future technology teachers]. *Design Education 2017: IX mizhnarodnyi forum* (9-12 zhovtnia 2017 roku). – IX International Forum. Kharkiv: KSADA. 60–62 [in Ukrainian].

7. Soloviev Y.B., Sydorenko V. F., Kuzmichev L.A. at al; edited by Soloviev Y.B. (1983). *Metodika khudozhestvennogo konstruirovaniya*

[Methodology for the artistic design]. Moscow: All-Union Scientific Research Institute of Technical Aesthetics [in Russian].

8. Pylnik R.O. (2007) Rozvytok dyzainerskoho myslennia v obrazotvorchii diialnosti [Development of design thinking in visual activities] *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu ta mystetstv – Bulletin of Kharkiv State Academy of Design and Arts*. 6, 111–116. [in Ukrainian]

### УЧЕБНЫЕ АЛГОРИТМЫ ДИЗАЙНА УПАКОВОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

БОЖКО Т.А.

*Киевский национальный университет культуры и искусств*

**Цель статьи** рассмотреть и выделить алгоритмы учебного процесса по подготовке будущих специалистов к дизайну упаковочной продукции. Для этого детально рассматриваются и выделяются этапы учебной деятельности, являющиеся подготовительными к самостоятельному выполнению проектов упаковочной продукции.

**Методика исследования** предполагает использование метода системно-сравнительного анализа и сопоставление алгоритмов профессионального и учебного проектирования.

**Результаты.** В статье доказана несостоятельность ожиданий студенчества на инсайт в постановке и решении проектных заданий в реальном процессе дизайн-проектирования. Указано на необходимость сознательного и целенаправленного формирования представлений о синтетическом и интегрированном характере дизайн-деятельности. В статье сформулировано и выделено 6 этапов учебной деятельности, а именно: накопление опыта проектировщика относительно возможностей формообразования упаковочных конструкций и их дальнейших трансформаций в зависимости от материалов и технологий изготовления; изучение аналогов упаковочной продукции; формулировка проектных проблем, соответственно к каждой из проектных ситуаций; генерирование идей; формирование вариативных проектных предложений; тестирование сгенерированных предложений и выбор наиболее оптимального решения.

### LEARNING ALGORITHMS FOR PACKAGING DESIGN

BOZHKO T.A.

*Kyiv National University of Culture and Arts*

**The purpose** of the paper is to consider and select the learning activities algorithms for the process of training the design of packaging products proficiently. The article gives a detailed review of the preparatory stages of learning activities for the independent implementation of packaging products projects.

**The methodology** of the research implies using the method of system-comparative analysis and method of comparison of algorithms for professional design and learning design activities.

**Results.** The article proves the irrelevance between students' expectations for insight in setting and solving project tasks. The article determines the necessity for the conscious impression of synthetic and integrated nature of design operation. The article formulates and allocates 6 stages of learning activity, namely: accumulation of experience of the designer in relation to the possibilities of forming the packaging structures and their further transformation, depending on the materials and manufacturing technologies; studying of analogues of packaging products; design problems formulation, according to each project situation; the generation of ideas; the formation of variational project proposals; testing generated offers and choosing the most optimal solution.

**The scientific novelty** of the work is to establish the distinct stages of educational

**Научная новизна** работы состоит в выделении отличительных этапов учебного проектирования и розкритиї тех существенных противоречий, с которыми приходится сталкиваться, и которые необходимо решить проектировщику в процессе освоения навыков дизайна упаковочной продукции.

**Практическая значимость** исследования состоит в его влиянии на процесс подготовки дизайнеров-графиков с удержанием следующих компонентов: формирования базовых знаний; развития наблюдательности; навыков анализа; навыков креативного мышления и генерирования идей; управления процессами изменений с навыками их точного технического воплощения с помощью широкой гами изобразительных средств; эмпатии и навыков обоснованного выбора проектних предложений.

**Ключові слова:** дизайн пакувальної продукції, алгоритми навчального проектування, етапи проектної діяльності.

designing and to reveal the essential encountered contradictions that should be solved by the designer in the process of mastering the design skills of the packaging products.

**The practical significance** of the research is its influence on the process of training graphic designer. This process includes following components: the formation of basic knowledge; development of observation; analysis skills; creative thinking skills and ideas generation; process management modification and the skills of accurate technical reproduction of the specified modification using a wide range of image tools; empathy and skills of reasonable selection of project proposals.

**Keywords:** packaging product design, learning design algorithms, stages of the project activity.

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРІВ:

[https://doi.org/  
10.30857/2617-  
0272.2018.3.5](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.5)

**Божко Тетяна Олександрівна**, канд. мистецтвознавства, доцент, доцент кафедри графічного дизайну, Київський національний університет культури і мистецтв,  
**e-mail:** bozhko\_to@ukr.net

**Цитування за ДСТУ:** Божко Т.О. Навчальні алгоритми дизайну пакувальної продукції. Art and design. 2018. №3. С. 54-64.

**Citation APA:** Bozhko, T.A. (2018) Learning algorithms for packaging design. *Art and design*. 3. 54-64.

УДК 687.01 «18/20» :  
7.05] (043)

DOI:10.30857/2617-  
0272.2018.3.6.

БУДЯК В.В.

Черкаський державний технологічний університет

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМОУТВОРЕННЯ ГЛАМУРНОГО КОСТЮМА 1930–1950-х РОКІВ

**Мета.** Проаналізувати костюми голлівудських актрис у період 1930–1950-х рр., які стали основою формування типових структур гламурного костюма в ХХ ст.; встановити особливості їх формоутворення та визначити їх місце в структурі модного костюма початку ХХІ ст.

**Методика.** Використано стилістичний та асоціативний методи дослідження художньо-композиційних ознак гламурного вбрання актрис як творчого джерела в сучасній дизайн-практиці, застосовано порівняльно-історичний метод і метод системно-порівняльного аналізу, що дозволило здійснити загальну типологізацію структур гламурного костюма визначеного періоду та встановити особливості його формоутворення.

**Результати.** Проведені дослідження демонструють, у який спосіб в 1930–1950-х рр. дизайнери американських кіностудій розробляли стилістику гламурного костюма, орієнтуючись на індивідуальні характеристики будови тіла і зовнішність актрис, їх ампуа в кіноіндустрії. Отримані результати щодо структур костюмів актрис і особливостей їх формоутворення надають можливість як охарактеризувати художньо-композиційні ознаки гламурного костюма, так і показати, що саме вони стали підґрунтям для формування типових образів, а з часом – типологічних структур костюма в стилі гламур, які до цього часу залишаються актуальними і, практично, незмінними у проектуванні перспективних форм одягу в стилістиці гламуру.

**Наукова новизна.** Встановлено особливості структуроутворення гламурного костюма у визначений період; окреслено формотворчі пошуки дизайнерів кіноіндустрії в розробці стилістики гламуру, яка знайшла відображення, насамперед, у формуванні типових структур костюма, його силуетних формах, конструктивно-композиційному вирішенні, застосуванні матеріалів і їх декоруванні.

**Практична значущість** роботи полягає в тому, що основні результати дослідження можуть бути корисними для розробки і виготовлення колекцій одягу в стилістиці гламуру; надають ємну інформацію щодо образно-стильових і формально-конструктивних характеристик типових для стилю гламур структур костюма, силуетних форм і способів формоутворення в цілому. Результати можуть використовуватися в професійній підготовці дизайнерів з метою підвищення якості проектно-художніх рішень у процесі розробки колекцій модного одягу, що відповідають естетичним запитам сучасників.

**Ключові слова:** дизайн одягу, стилістика гламуру, образно-стилістичні характеристики, силуетна форма, формоутворення костюма.

**Вступ.** На межі ХХ – ХХІ століть дизайн одягу зазнає вплив різних суспільних і культурних явищ, що концептуально втілюються в костюмі. Масовість захоплення гламуром, зумовлена тенденціями моди, вказує на те, що гламур

– це одне з найвиразніших явищ сучасності. Протягом ХХ ст. принципи формоутворення гламурного костюма полягали у кардинальних змінах моди, пов'язаних з відмовою від корсету та загальним спрощенням структури костюма; з

принциповою зміною силуетної форми вбрання; з удосконаленням технік крою та технологій виготовлення й оздоблення одягу; а також з впливом стилів мистецтва й дизайну. Відбулася суттєва зміна й образних характеристик носіїв гламуру. Популяризації гламурного вбрання сприяла Америка, яка культивувала цінності гламуру в межах становлення індустрії розваг [2]. Як відомо, від 1920-х рр. його носіями стали кіноактриси, гламурний образ яким створювала команда професіоналів – дизайнерів, художників, рекламистів тощо. Професіоналізація процесу створення гламурного костюма сприяла утворенню оригінальних, досконалих композиційно і тектонічно форм. А предмети одягу, як носії візуальної ідентифікації гламуру, стали асоціюватися з типовими образними (іміджевими) характеристиками актрис, силуетними формами їх індивідуалізованих костюмів, принципами декоративного вирішення, структурною організацією форми костюма в цілому. Визнані «класичними», вони досі залишаються джерелами креативних інспірацій в роботах сучасних дизайнерів.

**Постановка завдання.** Дослідження вбрання актрис періоду 1930 – 1950-х рр. – «Золотої ери» Голлівуду, що дозволяє виявити особливості формоутворення костюма та його характерні структури та структуроутворюючі елементи; способи їх інтерпретацій у дизайні, що візуально забезпечують стильову ідентифікацію з гламуром.

**Результати дослідження.** У 1930 – 1950-х рр. зусиллями представників кіноіндустрії та індустрії моди гламур набув усіх ознак самостійного стилю. В гламурному костюмі їх можна умовно позначити як: символічність, декоративність і репрезентативність. Саме у кінематографі відбувається остаточне формування художньо-образних, формально-естетичних і композиційно-стильових взаємозв'язків у

структурі гламурного костюма. На тлі виразної ідеалізації носіїв гламуру як еталонів жіночої краси, він постає самостійним стилем. Модельєри розробляють нові форми і силуети одягу, застосовуючи техніку «косоного крою», нові кольорові поєднання й специфічне декорування. Структура гламурного костюма змінюється, а способи формоутворення урізноманітнюються. В екранних образах основний асортимент вбрання складають вечірні, коктейльні й святкові сукні, доповнені дорогоцінними прикрасами. Такий костюмний образ поступово набуває статусу класики гламурного стилю. Він популяризується на вечірках та в конкурсах краси. Завдяки зусиллям дизайнерів відбувається інтенсивний процес формування типових структур костюма і пошук засобів їх реалізації у визначеній стилістиці. Споживання гламуру поступово трансформується з «надмірного» в «престижне», кульмінацією якого можна вважати моду повоєнних років [3].

В американському суспільстві створення Голлівуду стало виявом максимально штучного утворення, в межах якого все було з перебільшенням, усе було надзвичайно і над-ефектно. Гіперболізація гламурності досягала критично високого рівня. Життя кінозірки по суті було як знімальний майданчик – зрежисована реальність й перформанс. У ньому все регламентувалося, а найбільше – вбрання. Контракт кінозірки обумовлював її костюм в будь-якій ситуації. Як наслідок, «ця реальність пропонувала людині найбільш потужну – заманливу і привабливу форму гламуру, а голлівудська зірка стала самою гламурною фігурою, яку коли-небудь бачив світ» [9, С. 73]. Акцент на образність і видовищність позиціонувався, як важливий компонент механізму створення зірки.

У 1930-і рр. термін «гламур» розуміли як магнетизм, що асоціювався з окремими

особистостями – актрисами і тими, хто їх оточував. [1, С. 128]. Побачене мільйонами глядачів на кіноекранах ставало зразком для наслідування: моделі суконь, зачіски, макіяж, деталі й аксесуари [5]. Завдяки Г. Гарбо, М. Дітріх, К. Ломбард, Дж. Харлоу, М. Вест з'явилися нові ідеали жіночої краси – так звані, «ікони стилю». Склалася унікальна ситуація, в якій ці «штучні красуні-зірки» створювалися індустрією за одним шаблоном і єдиними характеристиками: красиво, розкішно, сексуально, безтурботно тощо. Утім, кожна з актрис утілювала на екрані власне амплу – «наївна красуня», «зніжена спокусниця», «романтична» або «фатальна жінка», «кокетка» й ін. Окрім амплу, кожна з актрис мала певні індивідуальні характеристики тіла будови, колір шкіри й волосся, зріст тощо. Однак, усі вони без винятку повинні були виглядати, як на екранах, так і в житті – бездоганно. Щоб досягнути цієї бездоганності дизайнерам доводилося шукати оригінальний крій, за допомогою якого приховувалися індивідуальні вади й, водночас, підкреслювалися достоїнства кожної. Продумувалося усе до найдрібніших деталей: місце розташування лінії талії, яке в одних випадках акцентувалося, а в інших – нівелювалося; силуетна форма, яка могла підкреслювати ідеальні форми тіла або ж навпаки – приховувати неідеальні, створюючи ілюзію про зворотне. Ретельно підбиралося взуття, висота його підборів, закрите або відкрите тощо. Особливого значення набував макіяж і зачіска (форма, колір, об'єм), а також доповнення та аксесуари, які довершували образ, робили його в цілому гармонійним і легким для сприйняття та розпізнавання.

Новий тип краси в образі жінки-вампи демонстрував відверту сексуальну привабливість. Чоло красунь 1930-х рр. було відкритим, брови вищипані та за допомогою підводки «здивовано»

припідняті, грим актрис став більш делікатним і стриманим. Темні рум'яна під вилицями і висвітлені ділянки над ними надавали обличчям відточеної скульптурності [8]. В моду увійшли пишні, підкреслені кольором губи і штучні вії, під якими зберігався томний погляд і фатальна загадковість. Золотисті локони ретельно вкладалися хвилями, довершуючи образ [4]. Дж. Харлоу стала першою з голлівудських дів класичного амплу, яка втілила феномен «ефектної блондинки». Актрису одягали у відверті сукні, які підкреслювали її чуттєвість. Вони завжди відкривали плечі та мали високі розрізи, що не приховували красивих ніг. На фотографіях актриса в провокуючих позах, з оголеними плечима, у атласних або шовкових вбраннях переважно темної колірної гами. Завдяки її сукням можемо виділити першу з типових структур гламурного костюма (рис. 1): відкрита декольтована сукня, скроєна «по-косій», часто з асиметричними деталями або драпуванням на ліфі, без акцентів на талії, яка м'яко облягає тіло, а від колін має плавне розширення, що формується у шлейф. Вона доповнена довгою накидкою з тканини або короткою з хутра. Обов'язкові елементи в структурі костюма – це нашійні дорожочі прикраси, високі рукавички і закриті взуття на високих підборах (рис. 2, рис. 3).

Дещо іншу, але не менш звабливу, форму костюма культивувала у своєму образі Г. Гарбо (рис. 4). Її сукні були «мужньо» розширеними по лінії плеча за допомогою спеціальних підплічників. У передвоєнний період в одязі з'явилося достатньо різноманітних мілітаристських деталей, таких як: накладні кишені, погони, клапани, ремені тощо. Актриса була прогресивною щодо такої тенденції, тому ввела в моду жіночний тип чоловічого костюма. Втім, типова структура її костюма – це прилеглого силуету, розширена по лінії плеча закриті сукня з акцентом на талії та

високими розрізами або, досить часто, блуза у поєднанні з вузькими штанами з м'яких або еластичних тканин. Для цієї структури костюма характерними є масивні коштовні прикраси – сережки, кольє, броші, пряжки, браслети. Декоративні пояси і закриті взуття на невисоких підборах

складають зазвичай цілісний ансамбль – виконаний з одного матеріалу та в одній колірній гамі. Кольори костюма темні й приглушені або, навпаки, насичені контрастні поєднання. Домінує виразне декорування вишивкою та стразами [10].



**Рис. 1.** Джоан Харлоу



**Рис. 2.** Ріта Хейворт



**Рис. 3.** Клодет Колбер



**Рис. 4.** Грета Гарбо



**Рис. 5.** Сукня від Адріана



**Рис. 6.** Констанс Бенет

У той самий час М. Дітріх продемонструвала штани, які повністю відповідали чоловічим (рис. 7). Подібна маскулінність сприяла формуванню однієї з самих провокативних структур гламурного костюма: широкі, вільні, дуже довгі брюки зі складками біля поясу, які одягаються разом з вільною, блискучою (атласною) або напівпрозорою блузкою контрастного

кольору, яка застібалася не до самого верху, і жакетом вільного крою з розширеною лінією плеча. У такій структурі костюма доповненнями могли бути: виразна біжутерія, декоративні пояси, взуття без підборів, нашійні хустинки. З часом до неї додався жилет, подібний по крою до чоловічого, і краватка (рис. 8, рис. 9).



Рис. 7. Марлен Дітріх



Рис. 8. Констанс Хамінг



Рис. 9. Рита Хейворт

Інша виразна тенденція в гламурному костюмі полягала у «поверненні» звабливої жіночності через акцент на груди, талію, стегна. У 1940-х рр. ефектні красуні мали обличчя янголів, обрамлені складно завитими й залакованими локонами, пухлі губи й виразні очі примхливої кокетки. Разом з тим у моду увійшло декольте, але особливої форми: спереду – досить стримане і «пристойне», але ззаду – практично повністю відкрита спина. Така структура костюма вирізняється вільним обляганням симетричного ліфу суконь, часто із драпіруванням або призбируванням, оголеністю спини, акцентованою лінією талії, насамперед, за рахунок крою, а також розширенням низу сукні від стегон і максимальною довжиною. Припустимим був ще один варіант такої структури, в якому сукня мала рівну й розширену лінію плеча (за рахунок плечових накладок), а розширення низу відбувалося від дещо заниженої лінії талії. Така сукня могла доповнюватися бантом на шиї або декоративним коміром оригінальної форми.

Під час війни гламур став ніби стриманішим і, умовно, економним. Наприклад, замість складних зачісок жінки стали обвивати голови тюрбанами або вкладати волосся валиком в сітку. Історики

моди відзначають, що в часи війни ідеальні жіночі образи стали максимально м'якими, стримано грайливими. Більшість кінодів набувають лялькового вигляду, наївного і беззахисного [7]. Одяг актрис відповідав модним тенденціям часу і стилістиці гламуру. Головним елементом формоутворення такого костюма залишалася сукня, крій якої мав завищену лінію талії та підкреслював груди об'ємністю форм (складки, заціпи, призбирування). Талія залишалася акцентованою, часто – поясом-бантом. Сукня мала довгі об'ємні рукави зі зборкою по лінії окату або над манжетою. Сукня могла мати високий розріз по переду або запах. Таке вбрання стало характерним для стилістики гламуру.

У повоєнні роки модна індустрія найшвидше відновлювалася в Америці, яка й диктувала основні тенденції, орієнтовані на спорт, дозвілля й активний відпочинок. На самому початку 1950-х рр. еталонами краси визнавали й Дж. Лолобріджид і С. Лорен. У обох красунь була смугла шкіра, покаті жіночні плечі, пишні груди і довгі стрункі ноги. Їм були до лиця нові гламурні форми костюма з силуетом «пісочного годинника», глибоке спокусливе декольте, що додавало їх зовнішності звабливості. Завдяки К. Діору в 1947 р. популярності

набув «New Look». Замість холодних дів попередніх десятиліть з підплічниками й маленькими грудьми на подіумах з'явилися граційні фігурки з маленькими охайними голівками, природно покатими плечима, високими грудьми, тонкою осиною талією в пишних розширених до низу спідницях до середини щиколотки. Під сукні стали одягати багаточарові спідниці. На окремі моделі Діор витрачав до 40 м тканини. Його гламурне вбрання повернуло в моду європейську елегантність і витонченість, однак було марнотратною розкішшю, штучним і скутим, у протиставленні прагненню всіх жінок світу до прав і свобод. Парадоксально, але ця мода також стала класикою гламурного вбрання, сформувавши нову структуру, в основі якої знову корсет і неприродність.

Звичайно ж, корсети вже були зовсім іншими, вони стали еластичними, не заважали дихати й рухатися, але дозволяли жінкам досягнути ефекту надтонкої талії. Окрім того, хірургічне корегування і пластика дозволяли вносити свої зміни. Еталон модної фігури жінки знову зазнавав змін, а ідеали гламурної краси змінювалися. Типова структура гламурного костюма сформувалася на основі сукні Х-подібного силуету з підкреслено тонкою талією на її природному місці. Щільність прилягання ліфу сукні досягалася складним кроєм, який нагадував корсет, а пишність спідниці довжиною міді обумовлювалася нашаруванням декількох спідніх спідниць. Сукня могла бути закритою або декольтованою, з рукавами або без них. Її доповнювали коштовні прикраси – сережки, кольє, броші та рукавички різної довжини. Завершував ансамбль хутрянний палантин або накидка. Закрите взуття мало класичну форму і помірні підбори. Типовими для структури такого костюму

були й капелюшки вигадливих форм, часто оздоблені вуаллю (рис. 10).

Суттєво, що у цей час значно розширився асортимент вечірнього одягу. Дизайнери пропонували носити нарядні блузки з парчі, гіпюру, шовку, вечірні піжами, довгі спідниці або плаття з тонких легко спадаючих тканин, вечірні сукні з жакетами, у моді залишалися хутряні накидки. Ідеальний зовнішній вигляд мала жінка зі стрункою фігурою, з вузькою талією і виразними стегнами, невеликим бюстом, з світлим кольором волосся та перманентною завивкою і делікатним макіяжем. Силуети одягу відповідали фігурі, різноманітні фасони ґрунтувалися на численних варіантах драпіровок, складок, на співвідношеннях блискучої і матової фактури тканин [6]. Запорукою розвитку стилю постало формування нового прошарку суспільства – середнього класу, готового стати активним споживачем й користувачем гламуру (рис. 11, рис. 12).

Таким чином, у 1950-х рр. популярності набуває ще одна структура гламурного вбрання – вузький ліф складної конструкції у поєднанні з пишною, багаточаровою спідницею, що утворює Х-подібний силует або спідницею, звуженою донизу – силует пісочного годинника. А в 1960-х рр. виявлені структури гламурного костюма набувають значення «класичних», елегантні зразки вважаються зразками елітного мистецтва костюма. Атрибутивні та денотативні ознаки стилю набувають концептуальності та можуть складати основу будь-якого костюма. Подібна універсалізація призводить до того, що гламур трансформується в концепт – концентрацію типових стильових характеристик і ознак, що в дизайнерських інспіраціях спроможні продукувати нескінченну кількість варіантів гламурних образів.



Рис. 10. Жак Фат 1950 р.



Рис. 11. Ю. Живанши 1950 р.



Рис. 12. К. Діор 1950 р.

**Висновки.** Показано, що зі зміною соціокультурної ситуації та соціального контексту гламуру, структура гламурного костюма зазнає кардинальних змін. Особливості формоутворення пов'язані з винаходом і активним застосуванням дизайнерами техніки «косого крою», завдяки якій одяг повторює контури жіночого тіла, надаючи жінкам звабливості.

Встановлено, що в досліджуваній період, завдяки роботі дизайнерів кіноіндустрії над створенням візуального іміджу кіноактрис, було розроблено характерні структури гламурного костюма, які пізніше стали класичними, зокрема:

1) Перша зі структур – це щільно прилегла силуетна форма з природною лінією плеча, з підкресленням абрисів фігури та розширенням форми від лінії коліна. Сукні довжиною максі зі шлейфом, що мають вузький довгий рукав або повністю відкривають руки, демонструють помірно декольте.

2) Друга типова структура характеризується розширенням і випрямленням лінії плечового поясу, помітним укороченням довжини вбрання – міді, рукави у верхній частині набувають незначного наповнення. Показовою ознакою цього типу структури є декольте,

що позаду практично повністю відкриває спину. Лінія талії знаходиться на природному місці й обов'язково акцентується. Характерним для обох структур є використання дорогих, пластичних тканин, які багато оздоблюються по всій поверхні виробу.

3) Третя типова структура – брючний костюм чоловічого типу, що одягається на вишукану білизну або білосніжну блузку.

4) Четверта структура гламурного костюма сформувалася на основі складного крою, що імітує корсет. Видозмінений за рахунок новітніх матеріалів і технологій, корсет сполучався з багат шаровими, розширеними або звуженими до низу спідницями, утворюючи, відповідно, Х-подібний силует або силует «пісочного годинника».

Характеризуючись відмінностями в силуетах, крої, способах формоутворення, вказані структури відповідали стилістиці гламуру, як сукупності специфічних засобів виразності та прийомів формоутворення. До 1960-х рр. вона стала провідною в проектно-художній діяльності та сприяла поширенню процесів гламуризації в індустрії моди. Це, зокрема, вказує на напрям подальших досліджень.

## Література

1. Атанова Е.О. Экспериментальное исследование значения слова гламурный в языковом сознании носителей русского языка. Вопросы психолингвистики. 2007. № 5. С. 82-84.
2. Будяк В.В. Гламур в дизайні костюма кінця XIX – початку XXI століття : дис. ... канд. мист. : 17.00.07 – дизайн. Харків: ХДАДМ, 2018. 292 с.
3. Будяк В.В. Особливості розвитку гламурного стилю костюма в моді XX століття. *Теорія та практика дизайну*. 2015. № 7. С. 33–38.
4. Гандл С. Гламур. пер. с англ. под. ред. А. Красниковой. Москва, 2011. 384 с.
5. Зверева В. Позывные гламура. Гламур: культурная экспансия или новая идеология? Искусство кино. URL: <http://www.kinoart.ru/archive/2006/11/n11-article3> (дата звернення: 09.03.2014).
6. Звіняцковська З. Мистецтво епохи споживання. *Art Ukraine*. 2011. № 4(23). С. 8–9.
7. Козлова Т.В., Ильичева Е.В. Стиль в костюме XX века. Москва, 2003. 160 с.
8. Лагода О.М. Художньо-образні особливості костюма в дизайні одягу кінця XX – початку XXI століття : дис. ... канд. мист. : 17.00.05 – дизайн. Харків, ХДАДМ, 2007. 275 с.
9. Уайт Н., Гриффитс Й. Fashion-бизнес: теория, практика, феномен. пер. с англ. А.Н. Поплавская; науч. ред. А. В. Попова. Минск, 2008. 272 с.
10. Liveinternet. Коллекция фэшн-фотографий 1940–1960 гг. XX века. URL: <https://www.liveinternet.ru/community/3299606/post211204628/> (дата звернення: 15.03.2014).

## References

1. Atlanova, E. (2007) Experimental study of the meaning of the word glamorous in the linguistic consciousness of Russian native speakers. *Questions of psycholinguistics*. 5, 82-84 [in Russian].
2. Budiak, V. (2018) Glamour in design of a costume at the end of the XIXth – beginning of the XXIst centuries: Candidate's thesis. Kharkiv State Academy of Design and Arts. 292 [in Ukrainian].
3. Budiak, V. (2015) Features of the development of a glamorous costume style in fashion of the XXth century. *Theory and practice of design* : materials of the International Scientific and Practical Conference. Kyiv. 33-38 [in Ukrainian].
4. Gandl, S. (2011) Glamour. Moscow. 384. (Transl. from English: Krasnikova A.) [in Russian].
5. Zvereva, V. (2014) Callsign of glamour. Glamour: cultural expansion or a new ideology? Art of cinema. URL: <http://www.kinoart.ru/archive/2006/11/n11-article3> (accessed: 09.03.2014) [in Russian].
6. Zviniatskovska, Z. (2011) Art of consumption era. *Art Ukraine*. 4(23), 8-9 [in Ukrainian].
7. Kozlova, T., Illichyova, E. (2003) *Style in the costume of the XX century*. Moscow. 160 p. [in Russian].
8. Lahoda, O. (2007) Art-graphic costume peculiarities in fashion design at the end of the XXth – the beginning of the XXIst century: Candidate's thesis. Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts. 275 p. [in Ukrainian].
9. White, N., Griffiths, I. (2008) *The Fashion Business: Theory, Practice, Image*. Minsk. 272 p. [in Russian].
10. Liveinternet. Kolleksiya feshn-fotografiy 1940–1960 gg. XX veka. URL: <https://www.liveinternet.ru/community/3299606/post211204628/> (accessed: 15.03.2014) [in Russian].

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ  
ГЛАМУРНОГО КОСТЮМА 1930 – 1950-Х ГОДОВ**

БУДЯК В.В.

*Черкасский государственный технологический университет*

**Цель.** Проанализировать костюмы голливудских актрис в период 1930 – 1950 гг., которые стали основой формирования типовых структур гламурного костюма в XX в.; установить особенности их формообразования и определить их место в структуре модного костюма начала XXI века.

**Методика.** Используются стилистический и ассоциативный методы исследования художественно-композиционных признаков гламурного наряда актрис как творческого источника в современной дизайн-практике. Применены сравнительно-исторический метод и метод системно-сравнительного анализа, что позволило осуществить общую типологизацию структур гламурного костюма определенного периода и установить особенности его формообразования.

**Результаты.** Проведенные исследования показывают, каким образом в 1930 – 1950 гг. дизайнеры американских киностудий разрабатывали стилистику гламурного костюма, ориентируясь на индивидуальные характеристики телосложения и внешности актрис, их амплу в киноиндустрии. Полученные результаты по структурам костюмов актрис и особенностей их формообразования предоставляют возможность, как охарактеризовать художественно-композиционные признаки гламурного костюма, так и показать, что именно они стали основой для формирования типических образов, а со временем – типологических структур костюма в стиле гламур, которые до этого времени остаются актуальными и практически неизменными в проектировании перспективных форм одежды в стилистике гламура.

**Научная новизна.** Установлены особенности структурообразования гламурного костюма в определенный период; очерчены формообразующие поиски дизайнеров киноиндустрии в разработке стилистики гламура, которая нашла отражение прежде всего в формировании типовых структур костюма, его силуэтных формах, конструктивно-композиционном решении, применении

**FEATURES OF THE FORMATING OF A  
GLAMOR COSTUME OF 1930 – 1950'S YEARS**

BUDYAK V.V.

*Cherkasy State Technological University*

**Purpose.** To analyze the costumes of Hollywood actresses in the period 1930 – 1950's, which became the basis for the formation of typical structures of a glamor costume in the XX century; to establish the peculiarities of their formation and to determine their place in the structure of a fashionable costume of the beginning of the XXI century.

**Methodology.** The stylistic and associative methods of studying the artistic compositional features of the glamorous outfit of actresses as a creative source in contemporary design practice have been used, the comparative-historical method and the method of system-comparative analysis have been applied, which allowed to carry out the general typology of structures of a glamor suit of a certain period and to establish the peculiarities of its formation.

**Results.** The research shows how in 1930 – 1950's designers of American film studios developed stylistics of a glamorous suit, focusing on the individual characteristics of the body of the structure and appearance of the actresses, their role in the film industry. The results obtained concerning the structures of costumes of actresses and the peculiarities of their formation make it possible to characterize the artistic and compositional features of a glamorous costume and to show that they became the basis for the formation of typical images, and eventually – the typological structures of a glamor style suit, which before that time remain relevant and practically unchanged in the design of promising forms of clothing in stylistics of glamor.

**Scientific novelty.** The peculiarities of the formation of a glamor suit in a certain period are established; outlined the formative searches of the designers of the cinema industry in the development of stylistics of glamor, which was reflected, first of all, in the formation of typical costume structures, its silhouette forms, constructive-compositional solution, the application of materials and their decorating;

материалов и их декорировании; установлены основные средства воплощения характерных образно-стилевых и формально-композиционных признаков стиля гламур в современной дизайн-практике.

**Практическая значимость** работы заключается в том, что основные результаты исследования могут быть полезными для разработки и изготовления коллекций одежды в стилистике гламура; предоставляют емкую информацию о образно-стилевых и формально-конструктивных характеристиках типичных для стиля гламур структур костюма, силуэтных форм и способов формообразования в целом. Результаты могут использоваться в профессиональной подготовке дизайнеров с целью повышения качества проектно-художественных решений в процессе разработки коллекций модной одежды, соответствующие эстетическим запросам современников.

**Ключевые слова:** дизайн одежды, стилистика гламура, образно-стилистические характеристики, силуэтная форма, формообразования костюма.

the basic means of embodiment of typical figurative-stylistic and formal-compositional signs of style of glamor in modern design practice are established.

**The practical significance** of the work lies in the fact that the main results of the study may be useful for the development and production of clothing collections in the style of glamor; Provide capacious information on figurative-stylistic and formally-constructive characteristics of the typical glamor style of costume structures, silhouette forms and methods of shaping in general. The results can be used in the professional training of designers in order to improve the quality of design and art solutions in the development of collections of fashionable clothing that meet the aesthetic demands of contemporaries.

**Keywords:** fashion design, glamor style, figurative-stylistic characteristics, silhouette, costume.

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРІВ:

[https://doi.org/  
10.30857/2617-  
0272.2018.3.6](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.6)

**Будяк Вікторія Валеріївна**, канд. мистецтвознавства, старший викладач кафедри дизайну, Черкаський державний технологічний університет, ORCID 0000-0002-4537-8766, **e-mail:** toris87@ukr.net.

**Цитування за ДСТУ:** Будяк В.В. Особливості формоутворення гламурного костюма 1930 – 1950-х років. *Art and design*. 2018. №3. С. 65–74.

**Citation APA:** Budyak, V.V. (2018) Features of the forming of a glamor costume of 1930 – 1950's years. *Art and design*. 3. 65–74.

УДК  
7.013:687.157(091)

DOI:10.30857/2617-  
0272.2018.3.7.

КОЛОСНІЧЕНКО О.В., ПАШКЕВИЧ К.Л., ОСТАПЕНКО Н.В.  
Київський національний університет технологій та дизайну

### ЕСТЕТИКО-ГАРМОНІЙНЕ ФОРМОУТВОРЕННЯ У ПРОЕКТУВАННІ ОДЯГУ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ: ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК, ТЕНДЕНЦІЇ

**Мета.** У статті розглянуто сучасний одяг спеціального призначення як багатогранне явище проектної культури, яке потребує глибокого дослідження.

**Методика.** Використано компаративний та історичний методи; застосовано аксіологічний підхід для дослідження семантики систем символів в практиці сучасного дизайну. Використано системний підхід для аналізу композиційного формоутворення уніформи як частини культурно-історичного процесу.

**Результати.** Виконано аналіз розвитку форм та визначено основні завдання естетико-гармонійного формоутворення в дизайн-ергономічному проектуванні одягу спеціального призначення.

**Наукова новизна** полягає у систематизації теоретичних праць щодо закономірностей формоутворення та «мислення формою» у художньому проектуванні одягу. Досліджено засоби організації композиції в художній творчості та дизайні, проблематики їх співвідношення, основних визначень дизайну. Запропоновано біонічний підхід як засіб формування системи «людина – одяг спеціального призначення – навколишнє середовище».

**Практична значущість.** В результаті проведення наукових досліджень визначено основні підходи щодо розгляду уніформи як художньо-мистецького об'єкту, якій має історичні витоки, розвиток, поступове удосконалення форм, кольорів, знаків розрізнення. Запропоновано шляхи прогнозованої візуалізації форм у системі символів сучасного дизайну одягу спеціального призначення.

**Ключові слова:** одяг спеціального призначення, уніформа, художньо-композиційне формоутворення, гармонізація форми, асортиментний ряд.

**Вступ.** Дизайн як соціокультурне явище поставив перед багатьма дослідниками, передусім мистецтвознавцями, філософами, соціологами та ергономістами, проблему осмислення сфер його діяльності, механізмів, витоків, внутрішніх стимулів та можливостей інноваційного творіння. Від рівня цього розуміння залежить, якою мірою продовжиться подальше удосконалення творчої складової дизайн-діяльності та, власне, майстерності дизайнера. Синтез художніх форм окремих дизайн-об'єктів, їх комплексів або систем, обумовлений не лише професійною кваліфікацією художника-конструктора, а й глибиною вивчення аксіологічного масиву сучасної

культури. Отже, вектор розвитку морфології дизайн-об'єктів впливає з наступності еволюційного досвіду визначеної художньо-естетичної традиції та спирається на інноваційні досягнення науки і техніки.

Останніми роками людина в уніформі стає частиною матеріальної культури. Можна спостерігати, так звану, «мілітарізацію уяви». В уніформу з ознаками військової форми намагаються одягнути співробітників невоєнізованих відомств та установ. Навіть люди, які ніколи не служили в армії, в побутовому житті носять камуфляж, в той час як ті, хто служив – надягають формений одяг за вимогами обставин.

**Постановка завдання.** Для виявлення трендів в дизайн-ергономічному проектуванні одягу спеціального призначення (уніформи) потрібні нові засоби аналізу зовнішньої форми та естетики образу: у розмаїтті форм і кольорів необхідне обґрунтування поєднання елементів в систему сучасного костюма. Все це дає підстави вважати сучасний одяг спеціального призначення багатограним явищем проектної культури, яке потребує глибокого дослідження.

Отже, у цивільної людини є можливість проявити індивідуальність; уніформа – це відсутність індивідуальності. Тобто, людина у формі є частиною глобального механізму: так простіше візуалізувати себе та своє професійне призначення. Саме тому, відомства одягають співробітників в уніформу, надаючи кожному свій ранг, призначення на відміну від людини у цивільному одязі. Таким чином, актуальність проведених досліджень обумовлена необхідністю вирішення наукової проблеми пошуку нових методів формоутворення одягу спеціального призначення, спрямованих на підвищення естетичних, ергономічних та економічних показників його асортиментних серій.

**Результати дослідження.** Сучасне мистецтвознавство досягло такого рівня накопичення та узагальнення історичного матеріалу, що найбільш успішними стають дослідники, які не лише багато знають, а й вірно мислять. При цьому, художньо-образне мислення передбачає «мислення формою». В основі наукового мислення лежить системний підхід, якій базується на класифікації та систематизації.

В систему сучасної проектної культури активно впроваджуються цифрові технології. Використання комп'ютерного інструментарію для активізації внутрішніх механізмів гуманістично-орієнтованої творчості дизайнера здатне збагатити ідею

проектності. Мультимедійні засоби дають можливість занурення дизайнера у віртуальну реальність: візуалізувати свої думки та безпосередньо працювати з «мислеформою». Можливості віртуальних методів проектування та формоутворення ставлять нові завдання перед дизайнерами.

В той самий час, в теорії дизайну недостатньо досліджена область дизайн-ергономічного проектування одягу спеціального призначення: відсутні відповіді на низку важливих питань, що мають значення для теорії, методології, практики використання символів та знаків розрізнення. Які елементи системи символів в дизайні сучасного одягу спеціального призначення, в першу чергу форменого, відомчого як складової проектної культури? Які взаємозв'язки системи символів в семантичному полі естетичного одягу та сучасної моди загалом? Отже, в умовах зростання конкуренції, підвищено роль символів не лише в дизайні одягу (в тому числі уніформі як способу створення іміджу), а й у сучасному графічному дизайні, промисловому дизайні, дизайні середовища тощо. При проектуванні асортиментних серій одягу спеціального призначення, на етапі передпроектного аналізу, необхідно вивчити: що є актуальним; яка має бути зовнішня форма з урахуванням кольорів та знаків розрізнення; чи може її естетичний образ бути перспективним, затребуваним у споживачів; яким чином символіка вписується у сучасні тренди; як вони можуть функціонувати у рамках процесу дизайн-проектування. При цьому, символи стають не лише елементами образу, а й засобом вираження цінностей бренду, залучення цільової аудиторії до вимог функціонування компанії. Але, глибокої проробки багатогранної проблеми сенсоутворення в дизайні одягу до сих пір не існує. Не вивчено комунікативно-

знакову сутність одягу спеціального призначення та його трансформації; не розроблено систему символів сучасного одягу спеціального призначення, не визначено її елементи: в науці про дизайн одягу спеціального призначення до сих пір немає єдиної теорії щодо системи символів. Отже, відповідно до результатів досліджень вчених [1, 2], символ має два аспекти – форму та сенс. У ХХ ст. наукові школи глибоко проробили питання стосовно формоутворення в дизайні сучасного одягу та заявили про семіотичний підхід до одягу, розуміючи його як систему деяких окремих знаків.

Таким чином, теоретична концепція системи символів в одязі спеціального призначення може бути розглянута як своєрідна «мова візуальних форм». Проблема семантики систем символів в практиці сучасного мистецтва та дизайну має психологічний вплив на споживачів, а також вимагає розгляду проблеми сенсу та його вираження крізь систему зображувальних та кольорових символів в візуальному образі; визначення видів психологічного впливу на людину зображувального образу як системи кольорових та графічних символів.

Одяг як продукт дизайну є результатом творчості дизайнера, його власної уяви про образ споживача, яка не обмежується результатами дослідження аудиторії споживача, але передає особисту уяву автора. Відсутність розуміння семіотичної функції одягу спеціального призначення призводить до створення естетичного, технічно та композиційно грамотного, але позбавленого соціокультурного значення продукту, якій може емоційно подобатися споживачеві, але не викликати в нього внутрішнього відклику, оскільки не відображає групових та соціально визначених характеристик. Завдання дизайнера, якій працює над створенням одягу спеціального

призначення, полягає у розкритті сутності одягу, його індивідуальності відповідно до функції призначення та особистісних характеристик людей, які працюють в ньому. Одяг спеціального призначення є втіленням соціально-культурних цінностей та орієнтирів свого носія, він являє собою знаково-символічну систему, схильну до інтерпретації.

Відносно розвитку світового мистецтвознавства можна стверджувати [1-6], що до теперішнього часу в цій сфері діяльності остаточно не розроблено загально прийнятої системи термінології. Так, невизначеність змісту та недбале використання стосується навіть таких ґрунтовних категорій, як «мистецтво», «естетична діяльність», «художня творчість». З наукової точки зору вони не є синонімами, але часто підміняються навіть у наукових текстах, що вимагає закріплення за термінами конкретних змістів. Таким чином, дизайн-проекування одягу спеціального призначення потребує подальшого вивчення у контексті естетико-гармонійного формоутворення та історичного розвитку художньо-композиційного рівня та архітектоніки його форм. В естетичній діяльності, на відміну від художньої, не створюються образи, які раніше не існували у природі. Художність передбачає неповторну, унікальну єдність загального та одиничного, абстрактного та конкретного, ідеального та натурального, об'єктивного та суб'єктивного. В естетичній уяві – відчутті та зізнанні краси – людина з'єднується у предметі, розчиняється в ньому; в художній – активно «опредмечує себе у образній моделі» [1-5]. Художнє мислення збуджує, подвоює уяву про об'єкти, зображує їх у матеріалі відповідно до напрямів мистецтва. При цьому, специфіка художньої діяльності людини полягає у цілісній взаємодії багатьох її складових, серед яких зазвичай виділяють такі чотири основні компоненти:

пізнавальну (або гносеологічну) діяльність; ціннісно-орієнтаційну (естетичну); творчо-утворюючу (синергетичну); комунікативну (діяльність спілкування). Всі вони окремо характеризують той або інший спосіб діяльності людини; загалом утворюють специфічний предмет – художню творчість. На рівні звичайного сприйняття це означає, що художній твір може бути й некрасивим, а краса не зобов'язана містити художньо-образний концепт.

Прикладом цього може слугувати наступне. Так, в історичні роки людина в уніформі сприймалася як сталий образ. Розвиток форм історичного побутового одягу, а в подальшому із появою моди, уніформа у загальному вигляді сприймається некрасивою, топорною, кострубатою. В теперішній час, коли розвиток суспільства дійшов до відмітки естетичної грамотності, виникла необхідність вивчення генези та розвитку уніформи як окремого об'єкта художньо-естетичної діяльності людини. Форма одягу спеціального призначення (уніформи) активно набуває ознак та характеристик об'єкту дизайну для задоволення психофізіологічних потреб споживачів та пересічних громадян суспільства в системі «людина – навколишнє предметне середовище».

Сучасний процес художньо-композиційного проектування одягу спеціального призначення пропонує широкий спектр інформаційних кодів формоутворення та функціонування. Одним з важливих умов оптимального функціонування штучного предметного середовища (до якого й належить одяг), є органічне єднання з природним середовищем. Огляд джерельної бази з питань взаємодії природного та штучного предметного середовища дозволив сформулювати напрям у художньо-композиційному формоутворенні та дизайн-ергономічному проектуванні одягу

спеціального призначення як дослідження об'єктивної єдності законів формоутворення та функціонування біологічних та штучних систем [3, 4, 7]. Саме тому, у 1960-1970 рр. ХХ ст. вченими інтенсивно розроблюється загальнонаукова системна методологія. Однак, для її застосування в дизайнуванні необхідно зробити такі припущення: об'єкт дослідження є системою; ця система має бути впізнаваною. При цьому передбачаються: цілісність; неадитивність; структурність; ієрархічність; варіативність. Небезпекою системних досліджень вивчення мистецтвознавчих складових є редуccionізм, якій являє собою тенденцію, що призводить до спрощення структури дизайн-об'єктів. В філософії культури редуccionізм полягає у зведенні вищих форм енергій до нижчих: соціокультурних – до біологічних, психологічних – до фізіологічних, духовних – до матеріальних, художніх – до естетичних, естетичних – до технічних.

Біонічні структури формоутворення одягу дають можливість нескінченного балансування між штучною та природньою формою, визначають нові умови промислового виробництва одягу спеціального призначення. В результаті копіювання структур природи, можуть бути створені системи, які, по-перше, виконують задані функції; по-друге – забезпечують виконання цих функцій максимально досконало, а по-третє – які є органічно цілісними просторовими системами. Оптимальна конструкція в цьому випадку являє собою матеріалізацію «заданих функцій природної системи, що проектується». Отже, біонічний підхід передбачає виявлення законів формоутворення та функціонування систем природи, специфіки структурно-функціональних відносин та подальше використання цих законів в дизайн-

ергономічному проектуванні одягу спеціального призначення.

Відомо, що основною категорією художнього проектування одягу є форма, а біонічний напрям, оснований на формоутворюючій взаємодії природних та штучних систем, може свідчити про доцільність його вибору: досліджуються проблеми гармонізації та оптимізації процесів створення нових форм та виробництва одягу корпорацій. При цьому зазначимо, що методи біонічного формоутворення одягу спеціального призначення є невивченим напрямом наукових досліджень та практичних розробок в дизайн-ергономічному проектуванні одягу.

Сучасні тенденції проектної діяльності в аспекті взаємодії штучного та природного середовища потребують застосування структурно-геометричних методів аналізу форми одягу спеціального призначення, які основані на апроксимації контуру зовнішньої форми з метою характеристики її фронтальної та сагітальної проекцій. Для дослідження форми як системи просторового взаємозв'язку її елементів (тектонічних прийомів організації зовнішньої поверхні, внутрішньої структури, функціонального простору між фігурою людини та одягом), необхідно розробити методіку аналізу системи «людина - одяг спеціального призначення - навколишнє середовище» та принципи формоутворення елементів цієї системи. Однак, проблемними у сфері відносин естетичного, біонічного та художнього до теперішнього часу залишаються форми авангардного мистецтва, авангардного костюма, окремих видів уніформи та одягу спеціального призначення. Вони можуть викликати дисонанс та спротив, коли свідомо та виразно порушуються закони гармонії. Все це й визначило основні завдання естетико-гармонійного формотворення в дизайн-ергономічному

проектуванні одягу спеціального призначення.

Німецький скульптор, засновник теорії формоутворення у зображувальному мистецтві А. Гільдебрандт наводить приклади «мислення формою» [9] застосовуючи дедуктивний спосіб мислення: спочатку «велика форма», лише потім – деталі. Письменники – навпаки мислять «формо складанням – від слів – до фраз – до речень». Таким чином, споживач предметів мистецтв не має можливості отримати навички практичної роботи над зображувальною формою, що йому і не потрібно робити. Слід в цілому, поступово освоювати навички зорового сприйняття та мислення формою, щоб розмовляти з розробниками сучасних форм об'єктів мистецтва та дизайну однією мовою. Саме це й називають «щепленням смаку», якій визначатиме красоту та гармонію сучасного світу. В епоху соціальних мереж, візуальне сприйняття навколишнього світу та предметного середовища актуально, як ніколи. Вчені досліджували це питання кілька століть та довели, що людина може керувати зоровою ілюзією, тобто за допомогою форми та пропорцій одягу можна візуально змінити абрис фігури, приховати недоліки, підкреслити переваги зовнішньої форми людини у одязі. Тобто, при проектуванні одягу, на етапі передпроектного дослідження, можливо «закласти» бажані емоції (враження), які має викликати створений об'єкт дизайну (уніформа), що й сьогодні підтверджує актуальність «мислення формою» як основної складової дизайнерських практик.

Відомо, що у мистецтвознавстві більш за все розповсюджені дефініції, які мають відносний та вигогідний характер: дефініції-описи (з'являються як результат перерахування деякої кількості значень та ознак); дефініції-вказівки (відносять явища, які описують, до визначених груп). Так, в 1950-х рр. дослідниками введено поняття

«тлумачення» в якості основоутворюючого метода мистецтвознавства для «пояснення сенсу» витворів мистецтв шляхом побудови системних дефініцій [10-13]. При цьому було підмічено, що естетичні та художні характеристики творів мистецтв складаються з багатьох факторів та їх неможливо визначити з абсолютною точністю. Основна якість – це співвідношення змісту та форми (в іншому трактуванні – духовності (емоційності) та утилітарності). Вона залежить від інтенції автора – розробника дизайн-проекту або виробу (колекції виробів). Однак, дану «інтенцію» не можна визначити з абсолютною точністю. Дійсно, розглянемо найбільш розповсюджені мистецтвознавчі терміни тектонічність та атектонічність, скульптурність та пластичність, живописність та графічність, об'ємність та площинність. Вони є інструментарієм стилістичного аналізу та атрибуцій витворів мистецтва оскільки антитетичні. Нюансність цих визначень створює дефініції, які мають родовий характер [10, 11], тобто ієрархічну структуру як рядоположеність від загального до часткового. Такі попередні висновки дають підстави стверджувати, що системний підхід до створення об'єктів мистецтв та дизайну є необхідним, можливим та ефективним.

Отже, природньо, що художники, на відміну від академічних мистецтвознавців, найбільшу увагу приділяють закономірностям формоутворення та «мислення формою» конкретним засобам організації композиційного матеріалу. Основоположними для теорії формоутворення в архітектурі та дизайні костюма, інших прикладних мистецтвах, слід вважати ідеї Ч. Морріса, Г. Земпера, В. Гропіуса [1, 2, 5].

Проблеми композиції в живописі досліджено в трудах багатьох мистецтвознавців, при цьому, проблема співвідношення традиційної художньої

творчості та дизайну стала особливо актуальною в середині і другій половині ХХ ст., від моменту створення саме поняття та основних визначень дизайну, в першу чергу в архітектурі, промисловості, одязі промислового виробництва. Перше рішення цієї проблеми зводилося до визначення: «дизайн – не мистецтво» (Д. Глоаг, 1946 р.); друге: «дизайн – це абстрактне мистецтво» (Г. Рид, 1954 р.); третє, компромісне рішення: «дизайн містить елементи художнього мислення, але повністю йому не тотожний» (Т. Мальдонадо, 1964 р.). Ще одна позиція формулюється таким чином: «дизайн не є рівним традиційному мистецтву, але є ані більшим, ані меншим», інакше кажучи, дизайн і художня творчість являють собою самостійні феномени духовної культури (Б. Бльомінк, 2004 р.) [8, 11, 12]. При цьому, наведені дослідження не приділяють достатньої уваги розмежуванню понять «мистецтво» та «художня творчість», що є принципово важливим. Художнє проектування (дизайн) являє собою сучасну форму мистецтва, при чому багато дослідників [8, 9, 11] підкреслюють вплив художньої творчості на проектну практику, наявність прямих та зворотних зв'язків між традиційним мистецтвом та дизайном. Різниця виявляється в тому, що дизайн перетворює навколишній предметний світ, в той час як образотворче мистецтво відображає світ у складних за змістом та формою опосередкованих образах. Однак, і то і інше поєднується в естетичних нормах відповідної епохи; робота дизайнера спрямована на інтеграцію різних типів творчої діяльності, їй притаманна «багатофункціональна доцільність». Незважаючи на розрізнення засобів культурної діяльності, їх продукти поєднуються та цілісно функціонують. Отже, сучасний дизайн має бути предметом мистецтвознавчого дослідження.

Тому, в 1984 році В.Ф. Сидоренко [13] запропонував використання поняття проектної культури, яке інтегрує всі класичні та новаторські методи, способи, та прийоми творчого мислення. Лише незначна частина західних дизайнерів (Д. Джадд, Н. Поттер) [6, 14, 15] розділяють діяльність художника та дизайнера-проектувальника.

Приймаючи у загальних рисах всі запропоновані концепції, важко погодитися лише з головним положенням – ототожнюванням понять «дизайн», «естетична діяльність», «художня діяльність». Тому, сумнівним є широке тлумачення «предметної творчості» як цілісного виду діяльності, яке інтегрує в сучасному світі «архітектонічний, предметно-функціональний, утилітарно-функціональний та художньо-образний засоби мислення» [7, 8, 16].

На думку автора цієї концепції, технічна діяльність створює «естетику доцільності», а дизайн як інтеграційний тип – «художню доцільність». Нам ближче традиційне визначення художньо-образного засобу системного формоутворення як найбільш цілісного і синкретичного за своєю природою. Для цього доцільним є конкретизація принципів та методів системного підходу відповідно дисциплінарних досліджень з використанням асоціативних рядів понять та евристичних прийомів, які відображають природу художньої творчості в дизайн-проекуванні одягу спеціального призначення.

**Висновки.** Таким чином, проблема формоутворення одягу спеціального призначення є недостатньо дослідженою у сфері дизайнування, що утруднює створення естетико-гармонійних рядів його асортименту, саме тому сучасна уніформа стає об'єктом дизайну, проектування якого спрямоване на задоволення потреб

споживачів в системі «людина – одяг – середовище».

Отже, в загальному вигляді, реалізація системного підходу в дизайні та мистецтвознавстві визначає такі характерні принципи: розгляд художньо-мистецького об'єкту як цілісної системи елементів, закономірно взаємопов'язаних між собою; виявлення елементів, необхідних та достатніх для функціонування даної системи та її системоутворюючих зв'язків; вивчення кожного елемента, його внутрішньої структури та функцій з урахуванням його особливого місця в системі цілого та способу зв'язків з іншими елементами даної системи. Визначено редуціонізм як основну небезпеку системних досліджень у вивченні складових мистецтва та дизайну. Також зазначимо, що в теорії проектування одягу спеціального призначення відсутні відповіді на ряд важливих питань, які мають значення для теорії, методології, практики використання символів та знаків розрізнення, що потребує подальшого вивчення у контексті історичного розвитку художньо-композиційного рівня та архітектоніки його форм.

Проведено дослідження розвитку біоформ, які дозволяють копіювати природні структури з метою створення систем, що забезпечують виконання естетичних та утилітарних функцій в дизайн-ергономічному проектуванні одягу спеціального призначення. Розглянуто «мислення формою» як основного формоутворюючого чинника в дизайні уніформи, що потребує розвитку візуальної уяви проектувальника та застосування комп'ютерного інструментарію у практичній роботі з формою.

Отже, в художньо-композиційному формотворенні одягу спеціального призначення, система «людина – одяг – середовище» потребує першочергового урахування її утилітарної функції, проте естетична вимога як засіб формування

іміджу та соціальна складова споживачів уніформи в цілому, потребує розвитку художньо-образного мислення дизайнера в

контексті гармонізації асортиментних рядів сучасного одягу спеціального призначення.

### Література

1. Сомов А. И. Земпер, Готфрид. Энциклопедический словарь Брокгауза и Эфрона: в 86 т. СПб, 1890-1907.
2. Гропиус В. Границы архитектуры (серия: Проблемы материально-художественной культуры). под ред. В.И. Тасалова. Москва: Искусство, 1971. 286 с.
3. Пирс Ч. С. Что такое знак? *Вестник Том. Гос. Ун-та*. 2009. (Философия. Социология. Политология; № 3. С. 88–95.
4. Frege G. Logische Untersuchungen. Drittel Teil: Gedankengefuge. Beitrage zur Philosophie der Deutschen Idealismus III. 1923. (Algedr. in KS). С. 36–51.
5. Моррис Ч. У. Основания теории знаков. Семиотика. Москва, 1983.
6. Еко У. Трактат по общей семиотике. СПб: Симпозиум, 2007. 502 с. Пер. с англ. и итал. С. Серебряного.
7. Мироненко В. П., Коршун Ю. І. Напрямки біонічного формоутворення дизайну костюма. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2009. № 5. С. 122–128.
8. Власов В.Г. Архитектоническая форма в изобразительном искусстве, архитектуре и дизайне: единство методологии, типологии и терминологии. *Архитектон: известия вузов*. 2013. № 43.
9. Гильдебранд А. Проблема формы в изобразительном искусстве и собрание статей. пер. Н.Б. Розенфельда и В.А. Фаворского; ступ. ст. А.С. Котлярова. Сокр. репр. воспр. изд. 1914 г. М.: Логос, 2011. 144 с. Место вып. ориг. изд. и изд-во: М.: Мусагеть.
10. Панофский Э. История искусства как гуманистическая дисциплина. Смысл и толкование изобразительного искусства. СПб.: Академический проект, 1999.
11. Пановский Э. Перспектива как символическая форма. Готическая архитектура и схоластика. СПб.: Азбука-классика, 2004. 336 с.
12. Колосніченко О. В. Дослідження понять «мистецтво» та «дизайн» в проектуванні одягу спецпризначення. *Актуальні проблеми*

*сучасного дизайну*: збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції (20 квітня 2018 року). Київ: КНУТД, 2018. С. 260–264.

13. Сидоренко В. Ф. Генезис проектной культуры и эстетика дизайнерского творчества : автореф. дис. ... д-ра искусствоведения. Москва, 1990. 34 с.
14. Agee W. C. Donald Judd: Sculpture. Catalogue. Pace Wildenstein; illustrated edition. 1994. С. 31.
15. Beyst S. A turning point in the history of sculpture? URL: <http://d-sites.net/english/judd.html>.
16. Коськов М. А., Полеухин А. А. Дизайн. Основы теории. СПб: Изд. Политехнического ун-та, 2009. 308 с.

### References

1. Somov, A. I. (1890-1907) *Zemper, Gotfrid. Entciklopedicheskii slovar Brokgauza i Efrona: v 86 t.* [Semper, Gottfried. Encyclopedic dictionary Brockhaus and Efron: in 86 v.]. St. Petersburg [in Russian].
2. Gropius, V. (1971) *Granitsy arkhitektury* (iz serii: Problemi materialno-khudozhestvennoi kultury) [The boundaries of architecture (from the series: Problems of material and artistic culture) ]. Moscow: Iskustvo [in Russian].
3. Pirs, Ch. S. *Chto takoe znak?* [What is a sign?] Tomsk: TGU, 3, 88–95 [in Russian].
4. Frege G. (1923) *Logische Untersuchungen. Drittel Teil: Gedankengefuge. Beitrage zur Philosophie der Deutschen Idealismus III.* (Algedr. in KS). P. 36–51.
5. Morris, Ch. U. (1983) *Osnovaniia teorii znakov. Semiotika* [The foundations of the theory of signs. Semiotics] Moscow.[in Russian].
6. Eko, U. (2007) *Traktat po obshchei semiotike* [Treatise on general semiotics] St. Petersburg: Simpozium [in Russian].
7. Myronenko, V. P. & Korshun, Yu. I. (2009) *Napriamky bionichnoho formoutvorennia dyzainu kostiuma* [Directions of bionic shaping of costume design] *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv.* [in Ukrainian].

8. Vlasov, V.G. (2013) Arkhitektonicheskaia forma v izobrazitelnom iskusstve, arkhitekture i dizaine: edinstvo metodologii, tipologii i terminologii [Architectonic form in art, architecture and design: the unity of methodology, typology and terminology] *Arkhitekton: izvestiia vuzov*. 43. [in Russian].

9. Gildebrand, A. Problema formy v izobrazitelnom iskusstve i sobranie statei (2011) [The problem of form in art and the collection of articles] per. N.B. Rozenfelda i V.A. Favorskogo; stup. st. A.S. Kotliarova. Moskva: Logos [in Russian].

10. Panofskii, E. (1999) Istoriia iskusstva kak gumanisticheskaia distsiplina [The history of art as a humanistic discipline: the meaning and interpretation of art] St. Petersburg: Akademicheskii proekt [in Russian].

11. Panovskii, E. (2004) Perspektiva kak simvolicheskaia forma. Goticheskaia arkhitektura i skholastika [Perspective as a symbolic form. Gothic architecture and scholastic] St. Petersburg: Azbuka-klassika [in Russian].

12. Kolosnichenko, O. V.(2018) Doslidzhennia poniat «mystetstvo» ta «dyzaĭn» v proektuvanni odiahu spetspryznachennia [Investigation of the concepts of «art» and «design» in designing special purpose clothing] *Aktualni problemy suchasnoho dyzaĭnu: zbirnyk materialiv mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (20 kvitnia 2018 roku), Kyiv: KNUTD. 260–264. [in Ukrainian].

13. Sidorenko, V.F. (1990) Genezis proektnoi kultury i estetika dizainerskogo tvorchestva [Genesis of design culture and aesthetics of design creativity] *Extended abstract of Doctor's thesis*. Moskva [in Russian]

14. Agee, W. C. (1994) Donald Judd: Sculpture. Catalogue. Pace Wildenstein; illustrated edition [in English].

15. Beyst, S. A turning point in the history of sculpture? URL: <http://d-sites.net/english/judd.html>.

16. Koskov, M. A., Poleukhin, A. A. (2009) *Dizain. Osnovy teorii* [Design The basics of the theory] St. Petersburg: IPU [in Russian].

#### ЭСТЕТИКО-ГАРМОНИЧЕСКОЕ ФОРМО-ОБРАЗОВАНИЕ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ОДЕЖДЫ СПЕЦИАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ: ИСТОРИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ, ТЕНДЕНЦИИ

КОЛОСНИЧЕНКО Е.В., ПАШКЕВИЧ К.Л., ОСТАПЕНКО Н.В.

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**Цель.** В статье рассмотрена современная одежда специального назначения как многогранное явление проектной культуры, требующее глубоко изучения.

**Методика.** Используются компаративный и исторический методы; применен аксиологический подход для исследования семантики систем символов в практике современного дизайна. Использован системный подход для анализа композиционного формообразования униформы как составляющей культурно-исторического процесса.

**Результаты.** Проведен анализ развития форм и определены основные задания эстетико-гармонического формообразования в дизайн-эргономическом проектировании одежды специального назначения.

**Научная новизна** заключается в систематизации теоретических работ касательно закономерностей

#### AESTHETIC AND HARMONIC SHAPING IN SPECIAL PURPOSE CLOTHING DESIGN: HISTORICAL DEVELOPMENT, TRENDS

KOLOSNIICHENKO O.V., PASHKEVICH K.L., OSTAPENKO N.V.

*Kyiv National University of Technologies and Design*

**Purpose.** The article considers contemporary clothing of special purpose as a diversified phenomenon of a design culture requiring intensive study.

**Methodology.** Comparative and historical methods have been used; an axiological approach has been used to study the symbol system semantics in modern design. A systematic approach has been used to analyze the compositional formation of the uniform as part of the cultural and historical process.

**Results.** The analysis of the form development has been made and the main tasks of aesthetic and harmonic formation in the ergonomic design of special-purpose clothing have been determined.

формообразования и «мышления формой» в художественном проектировании одежды. Исследованы средства организации композиции в художественном творчестве и дизайне, проблематика их соотношений, основных определений дизайна. Предложен бионический подход как средство формирования системы «человек – одежда специального назначения – окружающая среда».

**Практическое значение.** В результате проведения научных исследований определены основные подходы касательно рассмотрения униформы как художественно-искусствоведческого объекта, обладающего историческими истоками, развитием, постепенным усовершенствованием форм, цветов, знаков отличия. Предложены пути прогнозируемой визуализации форм в системе символов современного дизайна одежды специального назначения.

**Ключевые слова:** одежда специального назначения, униформа, художественно-композиционное формообразование, гармонизация формы, ассортиментные ряды.

**Scientific novelty** consists in the systematization of theoretical works on the regularities of shaping and «form thinking» in the artistic clothing design. The means of composition arrangement in artwork and design, their correlation problems, main definitions of design have been explored. The bionic approach has been proposed as a means of the system forming «man – special clothing – environment».

**Practical significance.** As a result of scientific research, the main approaches to considering the uniform as an artistic object, which has historical sources, development, gradual improvement of forms, colors, distinction signs have been determined. The visualization of forms in the modern design symbol system of special purpose clothes has been offered.

**Keywords:** special purpose clothes, uniform, artistic and compositional shaping, form harmonization, product lines.

#### ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ:

**Колосніченко Олена Володимирівна**, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-5665-0131, Scopus 55791007500, e-mail: 3212793@gmail.com

**Пашкевич Калина Лівіанівна**, д-р. техн. наук, доцент, професор кафедри ергономіки і проектування одягу, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-6760-3728, Scopus 57191851112, e-mail: kalina.pashkevich@gmail.com

**Остапенко Наталія Валентинівна**, д-р. техн. наук, доцент, завідувач кафедри ергономіки і проектування одягу, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-3836-7073, Scopus 57191843580, e-mail: cesel@ukr.net

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.7>

**Цитування за ДСТУ:** Колосніченко О.В., Пашкевич К.Л., Остапенко Н.В. Естетико-гармонійне формоутворення у проектуванні одягу спеціального призначення: історичний розвиток, тенденції. *Art and design*. 2018. №3. С. 75-84.

**Citation APA:** Kolosnichenko, O.V., Pashkevich, K.L., Ostapenko, N.V. (2018) Aesthetic and harmonic shaping in special purpose clothing design: historical development, trends. *Art and design*. 3. 75-84.

УДК  
687.01 "19" / "20"

КОСТЕЛЬНА М.В.  
Університет економіки і права «КРОК»

DOI:10.30857/2617-  
0272.2018.3.8.

### «ЕТНІЧНИЙ ПОЛІСТИЛІЗМ» В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

**Метою** статті є характеристика проявів «етнічного полістилізму» в дизайні одягу другої половини ХХ – початку ХХІ ст. в їх обумовленості структурно-змістовими особливостями сучасної культури та естетикою постмодернізму.

**Методика.** Методологічну основу статті утворюють семіотичний та структурно-функціональний методи аналізу; герменевтичний і порівняльно-історичний методи; метод образно-стилістичного аналізу.

**Результати.** Доведено, що у дизайні одягу другої половини ХХ – початку ХХІ ст. етнічний полістилізм став відображенням ентропізації «картини світу», релятивізації ціннісних установок, плюралізації естетичних пріоритетів і норм та утвердження поліваріантних способів їх утілення. Обґрунтовано, що формування тенденції припадає на кінець 1960-х – 1970-х рр., коли одночасний розвиток одержали кілька стилів (ретро, етностиль, романтичний, спортивний, хай-тек, глем, диско, мілітарі), а провідного значення у стилеутворенні набуло «народження моди на вулицях», зростання впливу на дизайн одягу смаків та естетичних уподобань різних груп споживачів. Аргументовано, що початково диференційований на фольк-стиль, національний стиль та екостиль, етнічний напрям під впливом естетики постмодернізму набув внутрішньої стильової диференціації, заснованої на граничному розширенні кола етнічних джерел, урізноманітненні методів дизайнерської творчості, інтеграції у дизайн одягу властивого постмодернізмові іронічного, ігрового осмислення традиції. Продемонстровано, що характерними ознаками творчості зарубіжних та українських дизайнерів 1980-х – 2010-х рр. стали еkleктичне поєднання в одній колекції або моделі елементів різних етнічних культур, їх ігрова трансформація, синтез етностилю, романтичного стилю, класики, спортивного стилю, мілітарі тощо, гармонізація етнопошуків зі стильовими ремінісценціями минулих десятиліть.

**Наукова новизна** публікації полягає у теоретико-методологічному обґрунтуванні та розгляді на емпіричному матеріалі проблеми «етнічного полістилізму» у дизайні одягу другої половини ХХ – початку ХХІ століття.

**Практична значущість** полягає у можливості використання отриманих результатів в наукових дослідженнях з історії і теорії дизайну; у підготовці методичних розробок, посібників та хрестоматій з історії та теорії моди; у розробці лекцій, практичних і семінарських занять у межах навчальних курсів «Історія костюма», «Історія моди ХХ ст.», «Історія дизайну в Україні», «Проектування», «Теорія моди».

**Ключові слова:** етностиль, національний стиль, фольк-стиль, джерело творчості, методи дизайнерської творчості, постмодернізм.

**Вступ.** Дослідження інтеграції етномотивів у творчу практику дизайну одягу в умовах рефлексії вітчизняної культурної свідомості над власною самобутністю набуває особливого значення. Це пов'язано, насамперед, з тим, що семіо- та іконосфера етнічної культури є

не лише історичною скарбницею народу. Як знаково-інформаційна система, у сучасному культурному просторі вона функціонує як жива культурна традиція, сприяючи усвідомленню національної ідентичності, об'єднуючи культурне смислове поле та здійснюючи дієвий вплив

на формування пластичних кодів, зокрема й дизайну одягу.

Будь-яка пластична кодифікація семантосфери етнічної культури зберігає вихідну аксіологічно-світоглядну першооснову. Володіючи надзвичайною ємністю, вона відображає увесь ціннісно-змістовий етнічний універсум, дозволяє представити ціле та універсальне в частковому, утворює зв'язок поколінь і національну самобутність. Відтак, значення дослідження дизайнерських практик актуалізації та творчого переосмислення етнічної традиції визначається необхідністю конституювання національної доміанти культурної свідомості на сучасному етапі суспільного розвитку. Саме подібна самоідентифікація є необхідною передумовою входження України у світове культурне поле у якості рівноправного суб'єкта діалогічної взаємодії культур і мистецьких традицій, можливої лише на ґрунті осмислення національної своєрідності.

Означена обставина є особливо вагомим у контексті глобалізаційних процесів, наслідком яких є формування єдиного культурного простору, в якому відбувається взаємодія різних національних культур. Наслідком подібного діалогу є формування міжкультурної інтертекстуальності, в якій звернення до етномотивів відіграє роль диференціюючого та інтегруючого чинника, сприяючи досягненню цілісної різноманітності, здатної протистояти маскультурній уніфікованості.

**Постановка проблеми.** Полістилізм – одночасне існування кількох стилістичних напрямів або поєднання в одній колекції чи моделі різноманітних стилістичних елементів – є однією з характерних рис дизайну одягу другої половини ХХ – початку ХХІ століття. Поряд з властивими періоду еkleктичними історичними ретроспекціями, нашаруваннями ретроремінісценцій та

розвитком розмаїтих модних стилів, виявом полістилізму в сучасному дизайні одягу став заснований на актуалізації елементів різних етнічних культур «етнічний полістилізм», що обійняв модифікації фольклорного стилю, національного стилю, екостилу в їх поєднанні з іншими стилістичними елементами в сучасному fashion-просторі, колекції чи дизайнерському творі. Попри те, що на сьогодні низку досліджень присвячено вивченню проявів полістилізму у дизайні одягу, «внутрішній» полістилізм етнонапрямом досі не одержав вичерпного висвітлення, що залишає простір для подальших наукових розвідок.

#### **Аналіз попередніх досліджень.**

Полістилізм у дизайні одягу другої половини ХХ – початку ХХІ ст., заснований на актуалізації та творчому переосмисленні етнічних мотивів, не одержав розгорнутого висвітлення у науковій традиції. У загальнотеоретичному аспекті, у зв'язку з соціопсихологічною проблематикою та без диференціації етнічного складника питання висвітлювала Л.І. Ятіна [19]. Культурологічний аналіз полістилізму у моді 1970-х – 2000-х рр. здійснила А.Ю. Демшина [3; 4]. Полістилізм у сучасній модній ілюстрації дослідила Н.О. Лапик [12]. У контексті еволюції моди і дизайну одягу другої половини ХХ – початку ХХІ ст. прояви полістилізму висвітлено у працях Т.О. Бердник, Т.О. Гришаєвої, Л.П. Дихнич, Д.Ю. Єрмилової [7], Ш. Зеллінг [8], М.В. Кир'янова [9], М.В. Кисіль, Т.В. Козлової [10], О.О. Косаревої, О.М. Лагоди, М.Т. Мельника [13], О.Б. Нешиної, Н. Паломо-Ловінські, М.В. Сенько, О.Д. Тканко [18], І.М. Удріс, О.Л. Шевнюк та ін. Естетичне постмодерністське підґрунтя плюралізації дизайнерських пошуків досліджено І.М. Дюсуповою [5], Д.Ю. Єрмиловою [6], О.М. Лагодою, К.І. Леоновою, М.Т. Мельником, Ю.В. Насєдкіною [15], О.О. Полях [16], Н.В. Чупріною та ін.

Водночас, «етнічний полістилізм» у сучасному дизайні одягу як своєрідна модифікація полістилізму, обумовленого полівекторністю культури другої половини ХХ – початку ХХІ ст. та естетикою постмодернізму, залишився поза межами наукових розвідок.

Отже, метою пропонованої статті є характеристика проявів «етнічного полістилізму» в дизайні одягу другої половини ХХ – початку ХХІ ст. в їх обумовленості структурно-змістовими особливостями сучасної культури та естетикою постмодернізму.

Методологічну основу статті становлять принципи історизму і системності, конкретизовані щодо проблем, які входять до предметної області історії та теорії дизайну одягу. Відповідності до цього для вирішення завдань, зумовлених метою дослідження, використовувались загальнонаукові та спеціальні підходи і методи. Так, у теоретичному обґрунтуванні диференціації національно-стильових, фольк-стильових та екостильових типів образотворення застосовувались *семіотичний та структурно-функціональний методи аналізу*. У дослідженні генези, змісту та еволюції авторських етноконцепцій використовувались *герменевтичний і порівняльно-історичний методи*. Розкриття образного потенціалу конструктивних, пластичних, фактурних, декоративно-орнаментальних, колористичних, композиційних і функціональних особливостей етноколекцій стало можливим завдяки *мистецтвознавчому аналізу*.

**Результати дослідження.** Пояснення виникнення та розвитку полістилізму у різних сферах художньої та художньо-проектної культури слід шукати у природі стилю, який є категорією форми, що «реалізує певний зміст», *систему світогляду* [17, С. 15–16] та *тип*

*естетичної свідомості* [2, С. 12]. З означеної точки зору полістилізм слугує відображенням властивих добі Постмодерну мозаїчності «образу світу», «картини світу», поліфонії культурних змістів, рівноправного співіснування різних норм і зразків, множинності ціннісних систем як «породжуючи моделей» культури, плюральності естетичних установок й поліваріантності способів їх художнього утілення. Важливим чинником «полістилізації» художнього процесу є корелятивне плюралізації цінностей і естетичних норм урізноманітнення критеріїв оцінки художніх творів, диференціація смаків та естетичних запитів споживачів [20, С. 120–122].

Окреслені процеси охопили усі види художньої й художньо-проектної творчості й відобразились в моді і дизайні одягу, де, починаючи з кінця 1960-х – 1970-х рр., одночасний розвиток одержали ретростиль, етностиль, романтичний, спортивний, хай-тек, глем, диско, мілітарі [23, С. 76]. Провідного значення у стилетворенні набуло «народження моди на вулицях», зростання впливу на дизайн одягу смаків та естетичних уподобань різних соціальних груп і молодіжних субкультур [4, С. 23].

Плюралізація естетичних установок уможливила вільний вибір індивідуального стилю, ситуативну зміну стилів, сприяла урізноманітненню творчих джерел, художньому експерименту, виразу авторської індивідуальності та креативному оперуванню методами дизайнерської творчості. Водночас, в моді і дизайні одягу сформувалось кілька напрямів, заснованих на «інновації через традицію» [1, С. 43], які щодо системної цілісності культури виконували інтеграційну функцію та забезпечували спадкоємність культурних змістів – історизм, ретростиль, етностиль.

Однією з відповідей на культурні виклики 1960-х – 1970-х рр. стало

становлення у моді і дизайні одягу *етнонапрям* як переосмислення етнотрадицій в парадигмах сучасної дизайнерської творчості, диференційованого на кілька субстильових спрямувань. Окрім поліфонічності та багатоманітності культури ХХ ст. основою стильової диференціації етнопошуків слугувала полісемантичність *етнічного*, асоційованого з *природним* у його протиставленні *цивілізаційному*; з *національним* – у його протиставленні *уніфікуючому* і *глобалізаційному*; з *традиційним* – у його протиставленні *новаційному* та *ентропійному* [11, С. 35–37]. Урізноманітненню стильових етноформ сприяла багатоманітність етнічних джерел, які охопили культури Сходу, Африки, автентичні національні костюми тощо. Чимало значення у виокремленні варіацій етностилю набули методи дизайнерської творчості, засоби трансформації матеріалу етноджерела та його відображення на різних структурних рівнях організації костюма.

Назагал у дизайні одягу другої половини ХХ ст. виокремились та набули образно-формотворчої визначеності три модифікації етностилю – *національний стиль*, *фолькстиль* та *екостиль*, відмінні за джерелами етноінспірації; способами творчої трансформації елементів етнокультури, принципами їхнього поєднання; засобами образної виразності, конструктивними та технологічними прийомами; загальним художнім образом.

Так, на думку А. Демшиної, *національний стиль* «передбачає звернення до [автентичних – М.К.] традицій, їх узагальнення та інтерпретацію» [3, С. 75]; *екостиль* орієнтований на утвердження гармонії людини і природи та створення поетизованого образу тієї чи іншої культури. Для *фольклорного стилю* характерне вільне комбінування елементів традиційних костюмів різних народів,

«взаємопроникнення, дифузія, змішування» національних традицій [3, С. 75].

Розвиваючи наведені визначення за критеріями джерел, методів та інтенцій дизайнерської творчості, під *національним стилем* розуміємо естетично цілісне відтворення пропорційних, конструктивних, декоративних та фактурних особливостей традиційного строю, форм декоративно-ужиткового мистецтва, образів народної словесної творчості та національної історії в парадигмах сучасного дизайну одягу. Поняттям *фольк-стилю* означаємо вільне ігрове поєднання елементів традиційних костюмів різних народів з метою створення естетично повноцінного узагальненого етнообразу. Поняттям *екостилю* – відображені в асоціативному, узагальненому дизайнерському образі потлумачення етнічного як природного у його протиставленні сучасній технізованій цивілізації. Класифікацію доцільно доповнити диференціацією етнопошуків на *інтровертивні* (національний стиль), орієнтовані на актуалізацію автентичних традицій, та *екстравертивні* (фольк-стиль, екостиль), спрямовані на творче сприйняття елементів інших культур. Крім цього, етномотиви можуть бути розглянуті в аспекті їх *моно-* (національний стиль) або *політематичності* (фольк-стиль, екостиль), а в останньому випадку – за типом поєднання етноелементів: *діалогічним*, *симбіотичним* або ж *еклектичним*.

Опираючись на принципи семіотичного підходу, критерієм диференціації національного стилю, фольк-стилю та екостилю визначаємо співвідношення означуваного, знаку і значення, варіативні у практиці дизайнерського пошуку. Так, екостиль засновується на акцентуванні змістового та редукації знакового планів етнотрадиції. Національний стиль передбачає збереження притаманної народному строю єдності змістового і знакового рівнів. У

фольк-стилі предметом осмислення постає знакова сторона традиційних костюмів різних народів, при цьому автентичне співвідношення знака та означуваного суттєво змінюється відповідно до дизайнерських завдань. Назагал 1970-ті рр. стали часом внутрішньої диференціації та змішування різноманітних модифікацій етностилю, зростання екстраверсивності дизайнерських етнопошуків, розширення кола джерел, урізноманітнення методів творчості, появи зразків масової моди, колекцій і моделей, заснованих на сміливій комбінаториці етноформ. Так, у 1970-х рр. успіхом користувався «дифузний стиль» Kenzo, в якому традиційні японські кімоно, селянські спідниці і блузи, південноамериканські, східні, скандинавські, слов'янські мотиви поєдналися із елементами західного одягу та спортивного стилю [21, С. 118]. У 1970–1971 рр. неабиякий успіх здобули створені дизайнером радісно-строкаті спідниці з оборками у стилі «кантрі», комбіновані з китайськими жакетами, іспанськими болеро та хутряними шапками. «Етнічний полістилізм» увійшов у творчість Yves Saint-Laurent, який наприкінці 1960-х рр. в колекції коктейльних суконь «Бамбара» використав мотиви первісних прикрас в африканському стилі, волокна льону та стилізовані африканські зачіски, а в 1976 р. показав святкову, мажорну колекцію «Російські балети», інспіровану костюмами Л. Бакста для «Російських сезонів» та традиційним народним вбранням. Відзнаками колекції стало підкреслено вільне, однак органічне поєднання селянських блуз, розписних хусток, боярських спідниць, жилетів з овчини з набивним малюнком, шароварів, хутрянних шапок; багатство матеріалів (хутра, тафти, оксамиту, парчі) та глибоких, яскравих червоних, помаранчевих, жовтих, фіолетових, зелених, синіх кольорів. Продовженням етнопошуків дизайнера

слугували колекції «Іспанки» (весна/літо 1977 р.) та «Китайянки» (осінь/зима 1977–1978 рр.). Джерелами натхнення І. Сен-Лорана (Yves Saint-Laurent) стали африканське мистецтво, народний костюм альпійських країн і Східної Європи.

В Британії етнонапрям представляла Зандра Роудс (Zandra Rhodes), яка актуалізувала східні мотиви й сміливо змішувала елементи багатьох етнічних джерел (колекція «Україна і шеврони і шалі», «Нью-Йорк та індійське пір'я» та ін.). Також у Британії та інших країнах популярності набули романтичні «селянські» моделі Лаури Ешлі (Laura Ashley) – сукні з рюшами з машинного мережева, що нагадували білизну XIX – початку XXI ст.

Започаткований у 1970-х рр. «етнічний полістилізм» одержав розвиток під впливом естетики постмодернізму й набув образно-стильової визначеності у 1980–1990-х рр. Особливістю розвитку етнонапрямку став «внутрішній полістилізм», заснований на стилістично мотивованому поєднанні в одній моделі чи колекції різнорідних й по-різному інтерпретованих етнічних елементів, що утворюють «відкриту», ігрову форму, вільну від будь-яких стильових обмежень і потенційно доповнювану безліччю інших стильових компонентів та етнічних джерел.

Сутнісними рисами постмодерністського етнопошуку є граничне розширення кола актуалізованого етноматеріалу, своєрідний «культурний номадизм» (А.Ю. Оліва), вільне переміщення територіями минулого і сучасності традиційних культур; реалізоване засобами дизайну одягу іманентне постмодернізму прагнення до встановлення зв'язків культури Заходу з екзотичними культурами і культурами минулих епох; еkleктичне поєднання в одній моделі чи колекції різнорідних етнічних мотивів [22, С. 45]. Починаючи з 1980-х рр. усе частіше одним із засадничих

принципів «етнічного полістилізму» постає почасти абсурдне, навмисно хаотичне, «колажне» зіставлення різнорідних декоративних елементів, контраст, поєднання непоєднуваного, естетично відрефлексований конфлікт мотивів і форм.

Важливим складником полістистичного етнічного образу слугує *іронічне, пародійне переосмислення етнотрадиції, використання ефектів комічного* – в інтерпретації знаків, символів, деталей, матеріалів, конструкцій, форм, поєднане з латентно присутньою в постмодернізмі тугою за глибинними культурними змістами. Характерною рисою «етнічного полістилізму» зламу ХХ – ХХІ століть є *ігровий підхід*, відображений у вільному оперуванні культурними кодами, грі з функціональністю і конструкцією одягу, використанні нетрадиційних матеріалів і фактур, сприйнятті етнотрадиції наче зі сторони, її трансформації і новій парадоксальній контекстуалізації.

Як і загалом у дизайні одягу доби Постмодерну, відзнакою етноінспірованих колекцій є *інтертекстуальність*, заснована на співвіднесенні дизайнерського твору з іншими культурними текстами як в авторському задумі та його утіленні, так й в інтерпретації костюма. Істотної зміни зазнають *засоби і методи* дизайнерської творчості, одним з яких є *деконструкція*, заснована на порушенні класичних пропорцій, форм і звичних зв'язків між складниками конструкцій й створення на цій основі нового образу. Поширення одержує *метод цитат*, запозичених з різних етноджерел, емансипованих від контексту і репрезентованих у парадоксальних співвідношеннях. Усе частіше у створенні етнообразів дизайнери вдаються до *трансгресії*, «неправильного» застосування мови дизайну, інтеграції елементів чоловічого костюма в жіночий і навпаки, гіпертрофованості і гротескності форм.

Сутнісною ознакою постмодерністського «етнічного полістилізму» є орієнтованість етнообразів на множинність інтерпретацій, нормативно-ціннісну ризоматичність, заперечення ієрархічної системи оцінок і норм, що утворювали підвалини класичної естетики. Розвитком тенденції слугує змішування «високого» і «низького», норм «хорошого смаку» і кічу, заміщення критеріїв міри і гармонії критеріями дотепності, винахідливості, фантазії, естетично осмислений контраст прекрасного і потворного.

Окрім диференціації і постмодерністської трансформації «внутрішньої структури» етнічного полістилізму, відзнакою останніх десятиріч стало ускладнення взаємозв'язків етностилю з іншими стильовими явищами – на рівні окремих елементів, інтегрованих в етнообраз, і як чинника зовнішніх впливів.

У 1980–2010-х рр. інспіровані естетикою постмодернізму тенденції «етнічного полістилізму» виявились у творчості зарубіжних і вітчизняних дизайнерів у різних рангових групах одягу. Так, «етнокультурний номадизм», пародіювання етнотрадицій, поєднання непоєднуваного, змішування етностилю з історичними ремінісценціями, ретро і цитатами з живопису, використання у створенні етнічного образу виражальних можливостей сучасних матеріалів стали відзнаками творів Ж.-П. Готьє (Jean-Paul Gaultier). Зокрема у колекції «Раббі-шик» осені/зими 1993–1994 рр. вільне ігрове тлумачення одержало вбрання хасидських равнів, споглянуте дизайнером на вулицях Нью-Йорка. В колекції «Тату» (весна/літо 1994 р.) іронічну інтерпретацію отримали елементи традиційних костюмів Африки і Південно-Східної Азії, виражені імітаціями тату і графіті. Продовженням етнічної теми слугувала колекція «Монголи» (осінь/зима 1994–1995 рр.). В наступні десятиліття дизайнер не водночас поєднував мотиви

культур Африки. Японії, Китаю. У 2000-х рр. захопився Мексикою, якій у 2010 р. присвятив майже всі свої роботи.

Після Помаранчевої революції 2004 р. дизайнер відвідав Україну й згодом неводраз варіював мотиви її традиційних народних строїв. Зокрема у колекції Haute Couture сезону осінь/зима 2005–2006 рр. майстер творчо переосмислив вишиванки, плахти, кептарі та свити й трансформував їх у вишукане сучасне вбрання. Колекцію вирізняла асоціативність, співвіднесеність вохристо-коричнево-червоної гами з акцентами чорних і золотаво-білих площин із образами «етнічного як природного» та «чарівної, загадкової давнини». На полістилізм пошуків Ж.-П. Готьє (Jean-Paul Gaultier) вказували поєднання елементів народного костюма зі стилістикою Belle époque в силуетах й вишуканих смарагдово-зелених, фіолетових і золотих орнаментах, що контрастували з медвяно-жовтими і брунатними площинами; естетично мотивована комбінація крою і колористики чоловічої народної сорочки і кириличних надписів, стилізованої жіночої народної сорочки з біло-чорною орнаментикою та класичних жилету і брюк, сорочки і шортів, сорочки і корсету.

Еклектичне майстерне поєднання західних і східних мотивів, традиційного і сучасного, ігрове, іронічне тлумачення форм африканського і близькосхідного костюмів характерне для колекцій Ромео Джиглі (Romeo Gigli). Відзнакою творчості дизайнера слугує своєрідна «рецепторна синестезія», творення багатоаспектного, асоціативного, інтерпретативно відкритого образу за допомогою поєднання шовку, льону, рафії, вишитих атласу та оксамиту.

Прикладом «етнічного полістилізму» є колекції бельгійського дизайнера Дріса Ван Нотена (Dries van Noten), засновані на почасти органічному, почасти підкреслено контрастному поєднанні етнічного і

класичного стилів з елементами деконструкції, гармонізації класичних піджаків з барвистими «етнічними» тканинами та вишивками, змішуванні функцій святкового і повсякденного одягу.

Чи не найяскравішим виявом постмодерністського «етнічного полістилізму» в дизайні одягу 1990–2010-х рр. є творчість Джона Гальяно (John Galliano), позначена сюжетністю, інтригою, еклектичним поєднанням мотивів. Так, в «Індіанській колекції» (весна/літо 1996 р.) дизайнер продемонстрував змішування історизму та етнічного стилю. Відзнакою пошуків майстра наступних років стали видовищність, довершення образів колекцій у театралізованій репрезентації, симбіоз або ж контрастне зіставлення елементів етно- та історизму, етно, авангарду і ретро, етно і цитат зі світового живопису, сміливі новації і туга за класичною традицією, майстерна інтерпретація європейських мотивів і звернення до африканської, індіанської, китайської традиційних культур (колекція «Індіанки», осінь/зима 1996–1997 рр.; «Африканки», весна/літо 1997 р. та ін.).

У сезоні осінь-зима 1996–1997 рр. дизайнер розробив колекцію «Історія української нареченої, яка втекла з циганами та мандрівним цирком», а на сезон осінь/зима 2009–2010 рр. – колекцію за мотивами національних українських костюмів, в якій традиційні червоний і чорний кольори, стилізовані вишивки та гуцульські помпони постали у підкреслено «остороненій» репрезентації, позачасовості, застигlostі, просторі неквапливого естетичного сприйняття віддалених у часі і просторі незвіданих культур.

Оригінальне переосмислення елементів українського народного костюма у поєднанні з молодіжними кроєм, силуетом і сучасними матеріалами віднаходимо у колекціях Зріди Джанніні (Frida Giannini).

Звертаючись до етнопошуків сучасних українських дизайнерів слід зазначити, що їх основою стали, переважно, варіації на теми українського народного костюма, а тенденції полістилізму виявились у сміливому поєднанні його елементів з урбаністичними мотивами, ретроремінісценціями, стилем мілітарі, романтичним і спортивним стилями.

Так, у колекціях Ірини Каравай етнічну тематику синтезовано зі стилістикою модерну. У творчості Вікторії Краснової сучасність поєднано з минувиною, елементи національних строїв – з урбаністичними мотивами та знаками і символами інших культур. Віддзеркалення етнічного і класичного стилів віднаходимо у колекціях Олени Даць. У колекції «Вишукане мілітарі» (осінь/зима 2006 р.) Роксолана Богуцька вдало комбінує елементи етнічного і військового вбрання. Ознаки полістилізму, «пошук спільних культурних коренів різних народів» [14], звернення до національної тематики, авторська філософська інтерпретація символіки культур Сходу, Заходу, Північної Америки, поєднання етно, мілітарі, романтичного стилю, класики, спортивного стилю, молодіжних вуличних стилів та ремінісценцій 1930-х рр. притаманні колекціям київського дизайнера Лілії Пустовіт. «Етнічний романтизм постмодерного звучання» [18, С. 113], етніка і модерн, образотворчі мотиви української авангардної класики 20-х р. ХХ ст., модернізовані конструкції традиційного народного костюма і смілива асиметрія репрезентовані у творчості львівського дизайнера Оксани Караванської. Ігрове начало увиразнено в етнічних колекціях Роксолани Богуцької, що увібрали ретроремінісценції ХХ ст., мисливський стиль та орнаментику народного костюма. Поєднання форм українського народного строю, характерних для 1980-х рр. суцільнокроєних, дещо гіпертрофованих

рукавів і стилю мілітарі (обручі у формі авіаційних окулярів, портупей, широкі лямки, шеврони) властиве колекціям Дому Моді Kostelni. «Екстравертивний» етнічний полістилізм, заснований на стилістично вмотивованому еклектичному поєднанні елементів культур племен майя, інків, ацтеків характерний для колекцій О. Залевського. Постмодерністське осмислення східної тематики, почасти у поєднанні з традиціями класичного європейського костюма, віднаходимо у творчості В. Анісімова, С. Бизова, Е. Насирова, Л. Пустовіт, С. Тегін.

**Висновки.** У дизайні одягу другої половини ХХ – початку ХХІ ст. етнічний полістилізм став відображенням ентропізації «картини світу», релятивізації ціннісних установок, плюралізації естетичних пріоритетів і норм та утвердження поліваріантних способів їх утілення. Формування тенденції сягає кінця 1960–1970-х рр., коли одночасний розвиток одержали кілька стилів (ретро, етностиль, романтичний, спортивний, хай-тек, глем, диско, мілітарі), а провідного значення у стилетворенні набуло «народження моди на вулицях», зростання впливу на дизайн одягу смаків та естетичних уподобань різних груп споживачів. Початково диференційований на фольк-стиль, національний стиль та екостиль, етнічний напрям під впливом естетики постмодернізму набув внутрішньої стильової диференціації, заснованої на граничному розширенні кола етнічних джерел, урізноманітненні методів дизайнерської творчості, інтеграції у дизайн одягу властивого постмодернізму іронічного, ігрового осмислення традиції. Характерними ознаками творчості зарубіжних та українських дизайнерів 1980-х – 2010-х рр. стали еклектичне поєднання в одній колекції або моделі елементів різних етнічних культур, їх ігрова трансформація, синтез етностилю,

романтичного стилю, класики, спортивного стилю, мілітарі тощо, гармонізація етнопошуків зі стильовими ремінісценціями минулих десятиліть.

### Література

1. Гофман А. Б. *Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения.* Москва : КДУ, 2010. 228 с.

2. Давидич Т. Ф. *Стиль как язык архитектуры.* Харьков : Гуманитарный центр, 2010. 336 с.

3. Демшина А. Ю. *Динамика этнического направления в дизайне в ситуации глобализации культуры (на примере современной моды).* *Известия Уральского гос. университета.* Сер. 1. Проблемы образования науки и культуры. 2010. № 5 (84). С. 71–78.

4. Демшина А. Ю. *Мода в контексте визуальной культуры : вторая половина XX – начало XXI вв.* Санкт-Петербург : Астерион, 2009. 106 с.

5. Дюсупова И. Н. *Мода начала 2000-х в контексте художественной культуры позднего модернизма.* *Вестник Оренбургского государственного университета.* гл. ред. Ж. А. Ермакова. Оренбург : ОГУ, 2012. № 7 (143). С. 248–276.

6. Ермилова Д. Ю. *Актуальные методы проектирования в дизайне костюма в контексте культуры постмодерна.* *Сервис plus : научный журнал / гл. ред. Т. Н. Ананьева.* Москва, 2016. № 4. Т. 10. С. 45–56.

7. Ермилова Д. Ю. *История домов моды.* Москва : Академия, 2004. 288 с.

8. Зеллинг Ш. *Мода. Век модельеров 1900–1999.* Koln : Konemann, 1999. 658 с.

9. Кирьянов М. В. *Социокультурные и эстетические аспекты формообразования в моде последней трети XX века : дисс. ... канд. культурологии : 24.00.01 – теория и история культуры.* Ярославль : ЯГПУ, 2011. 228 с.

10. Козлова Т. *Стиль в костюме XX века.* Москва : МГТУ им. А. И. Косыгина, 2003. 160 с.

11. Костельна М. В. *Творчість дизайнерів українських будинків моделей середини XX – початку XXI ст. : етнічний напрям : дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07 – дизайн.* Київ : КНУКІМ, 2016. 212 с.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому аналізі полістилізму у творчості українських дизайнерів останніх десятиліть у контексті світових тенденцій еволюції дизайну одягу.

12. Лапик Н. А. *Полистилизм в современной одной иллюстрации: от стереотипа к образу героя.* *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение.* Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2014. № 11 (49) : в 2-х ч. Ч. I. С. 115–120.

13. Мельник М. Т. *Мода в контексті художніх практик XX століття : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 26.00.01 – теорія та історія культури.* Київ: КНУКІМ, 2008. 19 с.

14. Мельник М. Т. *Особенности использования элементов традиционного украинского костюма при создании фэшн-коллекций.* *Фешн-блог Мирослава Мельника* URL: <https://art-slav.blogspot.com/2013/03/blog-post.html>

15. Наседкина Ю. В. *Основные категории эстетики постмодернизма и их воплощение в современной моде.* *Мода в контексте культуры : сб. ст. четвертой науч.-практ. конф. (21 апреля 2009 г., Санкт-Петербург).* под общ. ред. Г. Н. Габриэль. Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУКИ, 2010. Вып. 4. С. 81–87.

16. Полях Е. А. *Постмодернизм и дизайн. Эклектика в дизайне.* *Вестник Московского ун-та.* Сер. 7. Философия / гл. ред. В. Г. Кузнецов. Москва : Изд-во МГУ, 1998. № 5. С. 85–97.

17. *Проблемы формализации средств художественной выразительности. Стиль, фирменный стиль, стайлинг, мода : сб. научн. трудов. отв. ред. С. О. Хан-Магомедов.* Москва : ВНИИТЭ, 1980. 93 с.

18. Тканко О. Д. *Мистецтво костюму в Україні кінця XX – початку XXI століття: тенденції, школи, національна специфіка: дис. ... канд. мистецтвознавства. 17.00.06 – декоративне і прикладне мистецтво.* Львів : ЛНАМ, 2009. 207 с.

19. Ятина Л. *Полистилизм – новый этап в развитии моды.* *Рубеж.* 2001. № 3. С. 16–17.

20. Davis F. *Fashion, Culture and Identity.* Chicago : University of Chicago Press, 1992. 512 p.

21. Lehnert G. *Storia della moda. Del XX secolo.* Koln : Konemann, 2000. 120 s.

22. Lurie A. *The Language of Clothes*. New York : Random House, 1981. 273 p.

23. Troy N. J. *Couture Culture : A Study in Modern Art and Fashion*. Cambridge, Mass. : MIT Press, 2003. 438 p.

## References

1. Hoffmann, A. B. (2010). *Moda i liudi. Novaia teoriia mody i modnogo povedeniia*. Moscow : Publisher KDU [in Russian].

2. Davidich, T. F. (2010). *Stil kak iazyk arkhitektury*. Kharkov : Humanitarian centre [in Russian].

3. Demshina, A. Iu. (2010). Dinamika etnicheskogo napravleniia v dizaine v situatsii globalizatsii kultury (na primere sovremennoi mody). *Proceedings of the Ural State university. Ser. 1. Problems of education of science and culture*, 5 (84), 71–78 [in Russian].

4. Demshina, A. Iu. (2010). *Moda v kontekste vizualnoi kultury : vtoraiia polovina XX – nachalo XXI vv.* Sankt-Peterburh : Asterion [in Russian].

5. Diusupova, I. N. (2012). Moda nachala 2000-kh v kontekste khudozhestvennoi kultury pozdnego modernizma. Zh. A. Ermakova (Eds.). *Bulletin of the Orenburg State University*, 7 (143), 248–276 [in Russian].

6. Ermilova, D. Iu. (2016). Aktualnye metody proektirovaniia v dizaine kostiuma v kontekste kultury postmoderna. Ananieva T. N. (Eds.). *Servise plus : scientific journal*, 4, Vol. 10, 45–56 [in Russian].

7. Ermilova, D. Iu. (2004). *Istoriia domov mody*. Moscow : Academy [in Russian].

8. Zelling, Sh. (1999). *Moda. Vek modelerov 1900–1999*. Koln : Konemann [in Russian].

9. Kirianov, M. V. (2011). *Sotciokulturnye i esteticheskie aspekty formoobrazovaniia v mode poslednei treti XX veka*. Candidate's thesis. Iaroslavl state pedagogical university named after K. D. Ushinskii, Iaroslavl [in Russian].

10. Kozlova, T. (2003). *Stil v kostiume XX veka*. Moscow : MSTU named after A. I. Kosygin [in Russian].

11. Kosteljna, M. V. (2016). *Tvorchistj dizajneriv ukrajinsjkykh budynkiv modelej seredyny XX – pochatku XXI st. : etnichnyj naprijam*.

Candidate's thesis. Kyiv national university of culture and arts, Kyiv [in Ukrainian].

12. Lapik, N. A. (2014). Polistilizm v sovremennoi odnoi illiustratsii: ot stereotipa k obrazu geroia. *Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Questions of theory and practice*, 11 (49), Pt 1, 115–120 [in Russian].

13. Meljnyk, M. T. (2008). *Moda v konteksti khudozhnikh praktyk XX stolittja. Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv national university of culture and arts, Kyiv [in Ukrainian].

14. Melnik, M. T. Osobennosti ispolzovaniia elementov traditsionnogo ukrainskogo kostiuma pri sozdanii feshn-kollektsii. *Fashion blog of Myroslav Melnyk*. URL: <https://artslav.blogspot.com/2013/03/blog-post.html> [in Russian].

15. Nasedkina, Iu. V. (2010). Osnovnye kategorii estetiki postmodernizma i ikh voploshchenie v sovremennoi mode. *Moda v kontekste kultury : sbornik statei chetvertoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, 21 apreliia 2009*, Sankt-Peterburh, 81–87 [in Russian].

16. Poliakh, E. A. (1998). Postmodernizm i dizain. Eklektika v dizaine. *Bulletine of Moscow university. Ser. 7. Philosophy*. V. G. Kuznetsov (Eds.), 5, 85–97 [in Russian].

17. *Problemy formalizatsii sredstv khudozhestvennoi vyrazitelnosti. Stil, firmennyi stil, stailing, moda : sbornik nauchnykh trudov*. (1980). Moscow : VNIITE [in Russian].

18. Tkanko, O. D. (2009). *Mystectvo kostjumu v Ukraini kincja KhKh – pochatku XX stolittja : tendenciji, shkoly, nacionaljna specyfika*. Candidate's thesis Lviv national academy of arts, Lviv [in Ukrainian].

19. Iatina, L. (2001). Polistilizm – novyi etap v razvitii mody. *Boundary : the almanac of social researches*, 3, 16–17 [in Russian].

20. Davis, F. (1992). *Fashion, Culture and Identity*. Chicago : University of Chicago Press.

21. Lehnert, G. (2000). *Storia della moda. Del XX secolo*. Koln : Konemann.

22. Lurie, A. (1981). *The Language of Clothes*. New York : Random House.

23. Troy, N. J. (2003). *Couture Culture: A Study in Modern Art and Fashion*. Cambridge, Mass. : MIT Press.

## «ETHNIC POLISTYLISM» IN CLOTHES DESIGN OF THE SECOND HALF OF XX – THE BEGINNING OF XXI CENTURY

KOSTELNA M.V.

*University of Economics and Law «KROK»*

**The aim** of the article is to characterize the «ethnic polistylism» in clothes design of the second half of XX – beginning of XXI century in their conditionality by structural and content peculiarities of modern culture and aesthetics of postmodernism.

**Methodology.** The methodological basis of the article is formed by the semiotic and structural and functional methods of analysis; hermeneutical and comparative and historical methods; method of art analysis.

**Results.** It is proved that in the clothes design of the second half of XX – beginning of XXI century the ethnic polistylism became a reflection of the entropy of the "world picture", the relations of valuable systems, the pluralization of aesthetic priorities and norms, and the establishment of multiversion methods of their implementation. It is substantiated that the formation of the trend dates by the end of 1960 – 1970s, when several styles (such as retro, ethnos, romantic, sports, hi-tech, glam, disco, military) were developing simultaneously. The leading role in style formation played "the birth of fashion on the streets" and the increasing influence on the clothes design of tastes and aesthetic preferences of different groups of consumers. cultures, their game transformation, synthesis of ethnostyle, romantic style, classics, sports style, militaries, etc., harmonization of ethno-searches with stylistic reminiscences of the past decades.

It was reasoned that the originally differentiated on folk style, national style and ecostyle, the ethnic direction under the influence of the aesthetics of postmodernism acquired an internal style differentiation, based on the expansion of the circle of ethnic sources, the diversity of methods of design, the integration of postmodernism ironic and game interpretation of traditions into clothes design. It has been demonstrated that the characteristic peculiarities of the foreign and Ukrainian designers work of 1980 – 2010 became the eclectic combination in one collection or model of elements of various ethnic

**Scientific novelty** of the article consists in theoretical and methodological grounds and consideration on the empirical material of the problem of "ethnic polistylism" in clothes design of the second half of XX – beginning of XXI century.

**The practical significance** of the research lies in the fact that the collected materials, their analysis and theoretical generalization can be used in scientific researches on history and theory of design; in the preparation of methodological developments, manuals and textbooks on history and theory of fashion; in the development of lectures, practical and seminar sessions within the courses «History of the costume», «History of fashion of XX century», «History of design in Ukraine», «Designing», «Theory of fashion».

**Keywords:** *clothes design, ethnostyle, national style, folk style, source of creative work, methods of design work, polistylism, postmodernism.*

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРІВ:

[https://doi.org/  
10.30857/2617-  
0272.2018.3.8](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.8)

**Костельна Марія Валентинівна**, канд. мистецтвознавства, доцент кафедри «дизайн», Університет економіки і права «КРОК», ORCID 0000-0002-0923-807X, e-mail: kostelni@ukr.net

**Цитування за ДСТУ:** Костельна М.В. «Етнічний полістилізм» в дизайні одягу другої половини XX – початку XXI століття. Art and design. 2018. №3. С. 85-95.

**Citation APA:** Kostelna, M.V. (2018) «Ethnic polistylism» in clothes design of the second half of XX – the beginning of XXI century. *Art and design*. 3. 85-95.

УДК  
7.05:687.01

КРАСНЮК Л.В., МАТРОФАЙЛО М.В., ТРОЯН О.М.  
Хмельницький національний університет

DOI:10.30857/2617-  
0272.2018.3.9.

## ПРОЕКТУВАННЯ АВТОРСЬКОЇ КОЛЕКЦІЇ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ В ЕКО-СТИЛІ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ОЗДОБЛЕННЯ В ТЕХНІЦІ ВИБІЙКИ

**Мета.** Визначення принципів проектування авторської колекції жіночого одягу із використанням оздоблення в техніці вибійки на основі аналізу і застосування основних ознак еко-стилю та дослідження фізико-механічних властивостей натуральних матеріалів із лляних волокон.

**Методика.** У ході роботи використано основні принципи системного підходу до дизайн-проектування авторської колекції одягу: літературно-аналітичні дослідження, морфологічний аналіз, образно-асоціативна стилізація джерела творчості. Дослідження властивостей матеріалів виконано за стандартними методиками.

**Результати.** Надано результати художнього проектування авторської колекції жіночого одягу в еко-стилі. Визначено основні принципи створення одягу в еко-стилі, описані відмінні ознаки розробленої колекції та основні етапи виконання оздоблення виробів в техніці вибійки. Надано результати дослідження фізико-механічних властивостей лляних матеріалів для виготовлення виробів колекції. Досліджено стійкість оздоблення тканини з вибієюю до дії стирання та прання.

**Наукова новизна.** Запропоновано системний підхід до проектування авторської колекції одягу в еко-стилі, який полягає у створенні моделей у відповідності із принципами еко-дизайну, науково-обґрунтованому виборі матеріалів на основі дослідження їх фізико-механічних властивостей та застосуванні оздоблення виробів в техніці вибійки.

**Практична значущість.** Створено авторську колекцію одягу, яку оздоблено декоративними принтами в техніці вибійки і надано практичні рекомендації з вибору матеріалів для виготовлення колекції та особливостей проектування та експлуатації виробів.

**Ключові слова:** авторська колекція одягу, вибійка, стилізація джерела творчості, еко-стиль, принт, лляні тканини.

**Вступ.** Одяг сучасної людини виконує різноманітні функції, головними з яких є утилітарні, соціальні та естетичні. При цьому одяг не тільки захищає людину від негативного фізичного впливу навколишнього середовища, він не тільки виступає декоративним оформленням, але й має морально-етичний та духовний зміст.

Таким чином, сучасний одяг є комплексом для задоволення потреб людини, який у відповідності до свого призначення виконує певні функції в процесі її життєдіяльності [1, 2].

Останнім часом світ охопила хвиля еко-дизайну, який сьогодні набуває популярності. Багато споживачів повертається до ідеї, що екологічно чисті матеріали та вироби із них необхідні більше, ніж технологічні досягнення. На Заході ідеї екологічності стали популярні ще з 1980-х років. У країнах з високим рівнем життя і з давньою традицією турботи про довкілля екологічно чисті одяг, меблі, миючі засоби, продукти харчування вибирають все більше людей. У світлі цих ідей виник новий напрям не тільки в дизайні речей, що оточують людину –

одягу, меблів, але й в способі життя, що називається «еко-дизайн» [3, 4]. Існує думка, що захоплення еко-дизайном – це своєрідне прагнення людини вижити в умовах глобально несприятливої екологічної ситуації та всесвітньої економічної кризи. У сучасному суспільстві екологічно безпечний одяг – це найпопулярніший fashion-напрямок, та й в нашій країні прихильників натуральних і екологічно безпечних виробів стає все більше [5-7].

Вперше принципи еко-дизайну в проектуванні одягу, так званий «еко-стиль» втілила американка, дизайнер Лінда Лаудермілк (Linda Lauder milk), засновниця бренду Luxury eco. У 2002 році вона представила світу колекцію жіночого одягу з незвичних на той час матеріалів – бамбука, водоростей, рослинних компонентів. Головний принцип роботи Лінди Лаудермілк – не нашкодити природі та людині. Рослини, що служать основою для створення натуральних тканин для виробів її колекцій, вирощені без додавання хімічних добрив та оброблення пестицидами, а тварини, чия вовна використовується для виробництва одягу і аксесуарів, виховані без додавання хімічних добавок [8-10].

Матеріали для екологічно чистого одягу виготовляють за спеціальною технологією, через це коштують вони набагато дорожче звичайних матеріалів. Відповідно, споживачі, які носять одяг виготовлений з таких екологічно чистих матеріалів, позбавлені алергічних реакцій і шкідливого впливу хімії на організм. Дослідження засвідчили, що все більше споживачів із Німеччини, Польщі, Швеції та США готові платити за одяг, виготовлений не з традиційних тканин, а з екологічно чистого матеріалу [11].

Отже сьогодні, коли споживачі бажають привнести в своє життя живе тепло екологічно чистого одягу, виготовленого із екологічно безпечних

матеріалів, проектування сучасного жіночого одягу в еко-стилі з натуральних матеріалів на основі дослідження їх фізико-механічних властивостей є актуальним завданням.

**Постановка завдання.** Відповідно до мети даного дослідження, авторами поставлені наступні завдання: аналіз основних ознак еко-стилю та застосування їх у проєктованій колекції одягу, розробка ескізного проєкту, дослідження фізико-механічних властивостей лляних тканин та вибір матеріалів для виготовлення виробів колекції, виготовлення авторської колекції жіночого одягу із використанням оздоблення в техніці вибійки.

**Результати дослідження.** Аналіз літературних джерел дозволив виділити основні риси, що відображають еко-стиль в художньому проектуванні сучасного одягу:

1. Використання виключно натуральних матеріалів. Одяг створюється з льону, шовку, бавовни, вовни, бамбуку та доповнюється прикрасами і аксесуарами також з природних матеріалів – дерева, каміння, кераміки, шкіри. Фурнітура та нитки виключно натуральні.

2. Вільний крій одягу. У колекціях дизайнерів, що працюють в еко-стилі, відсутні щільнооблягаючі, некомфортні вироби; моделям притаманний вільний крій, який не перешкоджає рухам і дозволяє комфортно відчувати себе в такому одязі.

3. Застосування природних кольорів і відтінків виробів. При створенні виробів в еко-стилі використовуються виключно природні кольори, що дозволяють «бути ближче до природи».

4. Застосування принтів для оздоблення одягу. Зазвичай в дріл рисунків використовують зображення природних об'єктів, а саме: рослин, дерев, листя, квітів, а також тварин, комах, птахів тощо.

З урахуванням виділених основних рис еко-стилю в художньому проектуванні

одягу на кафедрі технології та конструювання швейних виробів Хмельницького національного університету студенти Марія Матрофайло та Ярослава Гунда під керівництвом доц. Л. В. Краснюк створили авторську колекцію жіночого одягу під девізом «Еко-колерит» [12] (рис. 1).

Моделі розробленої колекції виготовлені з натурального матеріалу – льону, в конструкції виробів дотримано вільний крій, а в кольоровій гамі – природні відтінки. Основною особливістю колекції, її прикрасою та смисловим акцентом є принти на деталях виробів, виконані в техніці вибійки. Колекція багатоасортиментна (містить пальто, куртку, жилет, сукню, блузку, спідницю, штани, шорти), складається із п'яти ансамблів, в кожен із яких входить два-три вироби. Доповненням колекції стали виготовлені вручну аксесуари з натуральної шкіри та дерева – сережки, браслети, підвіски, та сумки і рюкзаки з бавовни. Аксесуари цієї колекції виготовлені та підібрані таким чином, щоб кожен ансамбль, що входить в колекцію, сприймався більш цілним і довершеним (рис. 2).

Слід зазначити, що техніка вибійки для оздоблення одягу була широко розповсюджена в Україні вже в XII-XIII ст. Традиційно, вибійка (набійка, мальованка) – це декорування тканини шляхом друку на полотні різноманітних візерунків і орнаментів за допомогою спеціальних різьблених дерев'яних кліше. Ця техніка була популярна серед бідного сільського населення України, тому що давала можливість зробити домоткану тканину схожою на фабричну, нанести на виріб будь-який малюнок. Ця техніка є менш трудомісткою, ніж, наприклад, вишивка, що значно спрощувало процес оздоблення одягу. З часом вибійка втратила свою популярність через поширення більш

продуктивних способів промислового декорування тканини.

Оздоблення виробів проекрованої колекції виконано в техніці вибійки по тканині за допомогою виготовлених із дерева штампів, що складається з чотирьох етапів (рис. 3).

На першому етапі виконується вибір джерела творчості та його стилізація. Для колекції в еко-стилі обрано природні мотиви величних і прекрасних Карпат, а саме: рослини (шишки, листки дуба, жолуді та гілки дерев), а також представників фауни (олені та ведмеді). Стилізація джерел творчості полягала у спрощенні вихідної природної форми до більш простої і геометризованої.

На другому етапі на основі створених стилізованих малюнків джерел творчості за допомогою спеціальних різців вирізались штампи із дерева (в даному випадку ялини). Для кожного принта був вирізаний окремий штамп, на який наносили акрилову фарбу для тканини.

Третій етап полягав у нанесення принтів на попередньо розкромлені деталі виробів шляхом 5-8 постукувань молотком масою 240 гр. Далі принти, нанесені на деталі, висушували протягом 24 год., а після цього, для остаточної фіксації фарби, деталі прасували праскою при температурі 200 °C із виворотного боку.

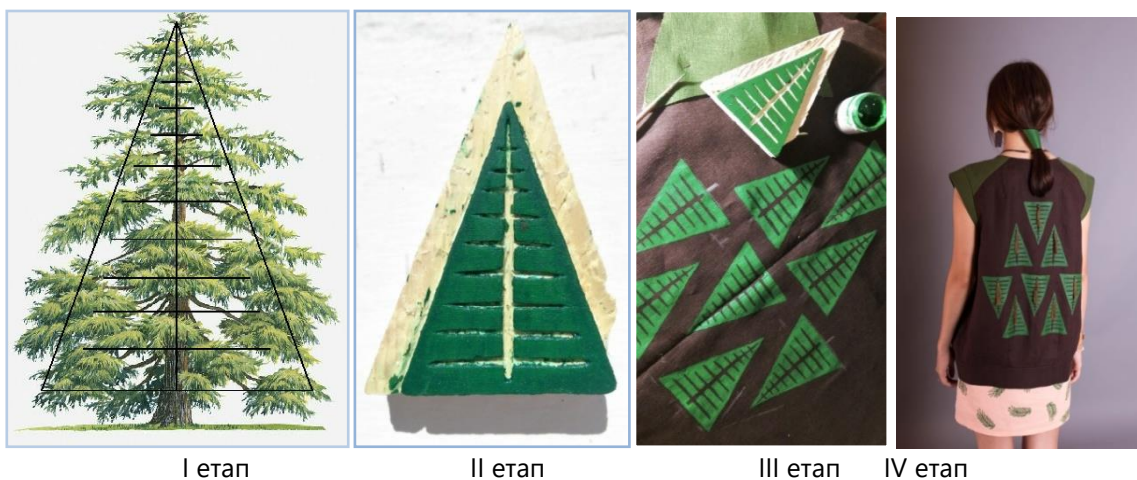
На останньому етапі виконували з'єднання деталей виробу за допомогою швейного обладнання. Для виготовлення виробів колекції в еко-стилі важливим є науково-обґрунтований вибір матеріалів, що відповідають принципам формування цього стилю. Вибір матеріалів проведено шляхом дослідження їх структурних характеристик та фізико-механічних властивостей. Для дослідження обрано чотири зразки лляних тканин платтяно-блузкового асортименту закордонного виробництва: зразки 1, 2 (Білорусь) і зразки 3, 4 (Туреччина) (табл. 1).



Рис. 1. Авторська колекція жіночого одягу під девізом «Еко-колорит»



Рис. 2. Аксесуари колекції «Еко-колорит»



I етап

II етап

III етап

IV етап

Рис. 3. Етапи оздоблення виробів колекції вибійкою

Таблиця 1

**Характеристика фізико-механічних властивостей тканин  
для виготовлення авторської колекції в еко-стилі**

Номер зразка	Вид переплетення	Вміст складників сировинного складу	Товщина, мм	Поверхнева густина, г/м <sup>2</sup>	Лінійна густина, г/м		Розривальне навантаження, даН		Відносне видовження на момент розірвання, %		Жорсткість, мкН·см <sup>2</sup>		Гіроскопічність, %	Вологість, %	Зміна лінійних розмірів після прання, %	
					Основа	Уток	Основа	Уток	Основа	Уток	Основа	Уток				
Зразок 1	Полотняне	100% льон	0,37	175	Основа	5,76	40,76	13,33	17,83	42530	14278	28,80	5,41	Основа	4,16	3,64
					Уток	5,50	40,10	17,83	17,83	14278	28,80	5,41	Уток	3,64	3,64	
Зразок 2	Полотняне	100% льон	0,45	230	Основа	8,96	38,13	13,50	15,66	13579	5760	25,58	5,91	Основа	3,99	4,16
					Уток	8,48	28,03	15,66	15,66	5760	25,58	5,91	Уток	4,16	4,16	
Зразок 3	Полотняне	80% льон, 20% бавовна	0,41	197	Основа	5,04	13,43	12,00	17,00	2449	2394	30,68	6,66	Основа	0,50	0,99
					Уток	5,52	6,40	17,00	17,00	2394	30,68	6,66	Уток	0,99	0,99	
Зразок 4	Полотняне	75% льон, 25% бавовна	0,42	195	Основа	5,10	19,00	13,66	19,33	2926	3534	42,31	7,07	Основа	1,49	0,40
					Уток	5,68	10,53	19,33	19,33	3534	42,31	7,07	Уток	0,40	0,40	

За допомогою стандартних методів дослідження визначено наступні показники властивостей цих тканин: вміст складників сировинного складу, вид переплетення, товщину, поверхневу та лінійну густину, розривальне навантаження та розривальне видовження на момент розірвання, жорсткість, гігроскопічність, вологість та зміну лінійних розмірів після прання. На підставі отриманих результатів досліджень (табл. 1), встановлено, що обрані тканини мають полотняне переплетення. За сировинним складом вони або на 100% складаються із лляних волокон, або ж містять бавовняні волокна. Товщина тканин варіюється від 0,37 мм до 0,45 мм, поверхнева густина – від 175 г/м<sup>2</sup> до 230 г/м<sup>2</sup>, а лінійна густина – від 5,04 г/м до 8,96 г/м. Щодо розривальних характеристик, то є більш міцні тканини, що витримують до 40,76 даН (зразок 1), та менш міцні – 13,43 даН (зразок 3).

Усі досліджувані тканини мають підвищену жорсткість, яка посилюється апретуванням, а також високі показники гігроскопічності та допустиму вологість. За зміною лінійних розмірів після прання зразки 3, 4 фактично не змінюються (0,4 %), а лінійні розміри зразка 2 змінюються до 4,16 %, що, однак, не перевищує допустимі норми зсідання.

Результати дослідження показали, що усі досліджувані тканини за показниками фізико-механічних властивостей відповідають сучасним стандартам і підходять для виготовлення колекції в еко-стилі. Однак, слід зазначити, що основними показниками, що можуть впливати на стійкість нанесеної вибійки є гігроскопічність та вологопоглинальність, тому за цими властивостями для виготовлення колекції в еко-стилі авторами рекомендовано зразки 1 та 2 (Білорусь). Дані зразки мають більшу щільність і меншу гігроскопічність, тому фарба вибійки

затримується на поверхні тканини, а принт чіткіший, на відміну від зразків 3, 4.

Для проектованої колекції важливий не тільки вибір матеріалів, а й забезпечення стійкості вибійки, тому що виробу колекції в процесі експлуатації піддається впливу різноманітних факторів, основними з яких є носіння та прання. Тому, наступним етапом проектування авторської колекції було дослідження стійкості нанесеної вибійки до стирання та прання. За допомогою існуючих методів визначено наступні показники структурних та фізико-механічних властивостей тканин з нанесеною вибією: товщину, поверхневу густину, жорсткість, стійкість до стирання, стійкість до дії прання. Результати проведених досліджень засвідчили, що зазначені показники змінились, порівняно із контрольними зразками без вибійки.

На діаграмах (рис. 4, а, б) можна побачити, що в результаті нанесення вибійки товщина тканини найбільше зросла в зразках 1 і 2 (до 18%). Для цих же зразків характерне найбільше зростання поверхневої густини (до 20%).

На рис. 5 приведено порівняльну діаграму зміни жорсткості тканини з вибією та без вибійки, з якої видно, що після нанесення фарби жорсткість зразків на ділянці вибійки підвищилась майже вдвічі. Цей факт слід враховувати при виборі конструктивно-композиційного рішення моделей колекції (прості форми, прямолінійні площини для нанесення принтів) та способів технологічного з'єднання деталей виробів.

Дослідження стійкості вибійки до стирання виконано на приладі марки ДІТ-М згідно з ДСТУ ISO 105-X12:2009; абразивом використано сірошинельне сукно. Стійкість оздоблення оцінювали через 1000, 2000, 4000, 6000 циклів. На кожному етапі зразки фотографували і порівнювали із контрольним (рис. 6).

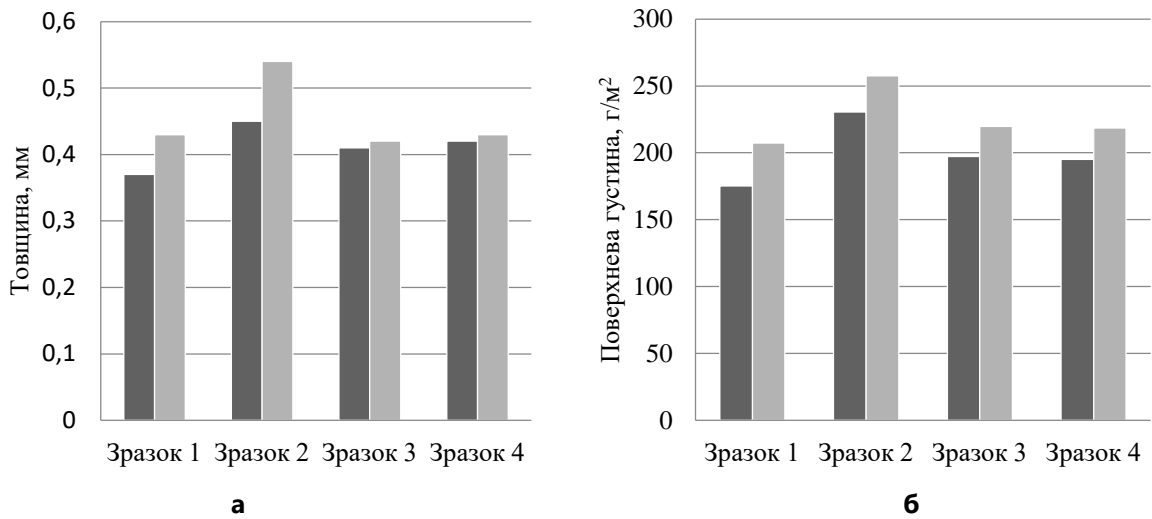


Рис. 4. Зміна показників лляних тканин внаслідок нанесення вибійки:

а – товщина; б – поверхнева густина

■ – без вибійки, ■ – з вибією

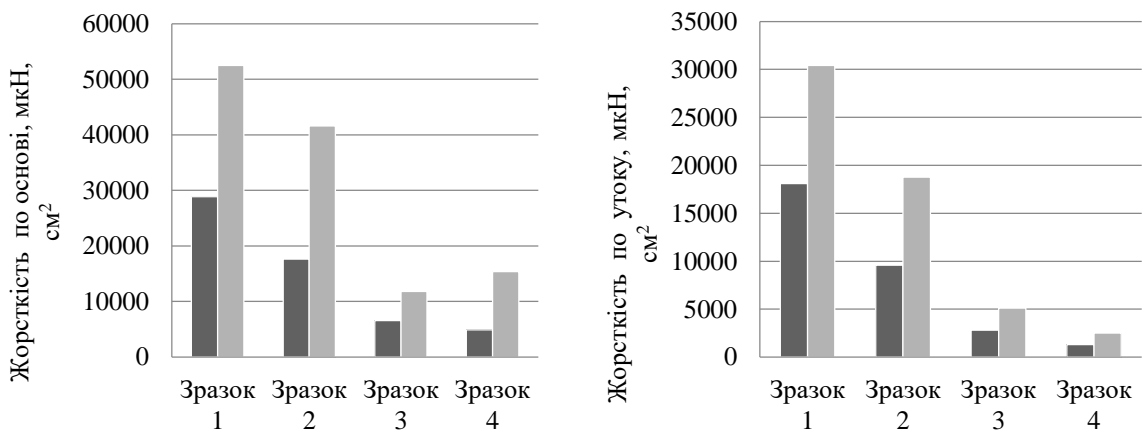


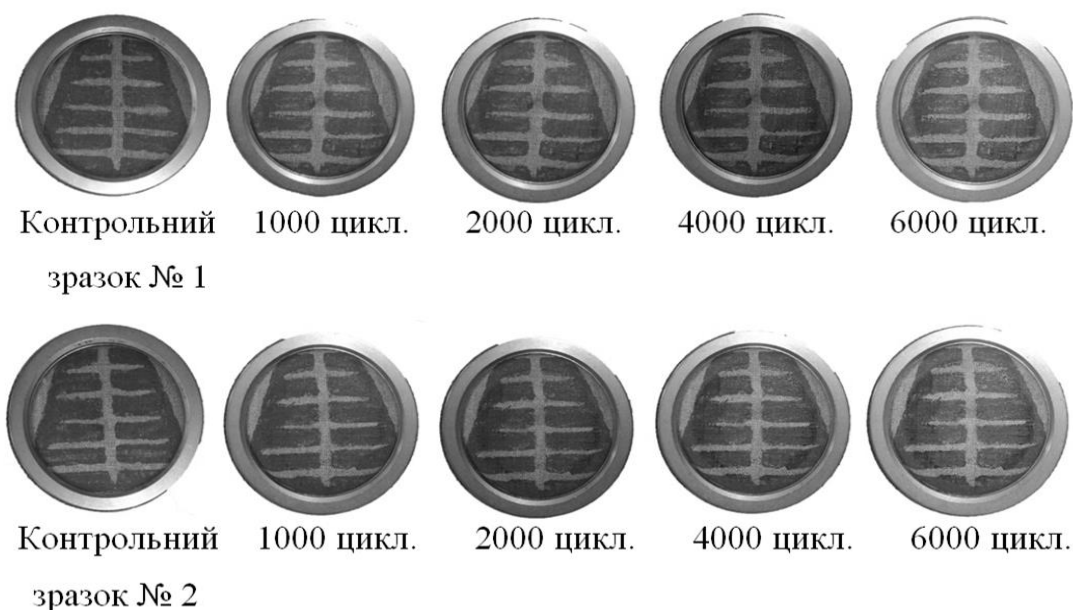
Рис. 5. Зміна жорсткості лляних тканин внаслідок нанесення вибійки:

а – по основі; б – по утку

■ – без вибійки, ■ – з вибією

Як показали результати дослідження, до 2000 циклів руйнування вибійки не спостерігалось, через 4000 циклів спостерігалось незначне руйнування вибійки, а через 6000 циклів спостерігалось видиме руйнування контуру рисунку. Отже, усі досліджувані зразки вибійки показали достатньо високу тривкість до стирання, оскільки 2000-4000 циклів стирання відповідає 6-8 місяцям інтенсивного носіння виробів. Дослідження стійкості до прання полягало в тому, що кожний зразок із нанесеною вибією піддавався десятикратному пранню в пральній машині при температурі

70 °С з додавання пральних засобів. Після кожного циклу прання візуально оцінювали стійкість вибійки. Як показали дослідження, до 5 циклів прання жодних пошкоджень принта не спостерігається. Незначні пошкодження у вигляді зменшення чіткості зовнішнього контуру вибійки спостерігалися із 6-го циклу прання, хоча навіть після 10 циклу явних пошкоджень не було. Слід зазначити, що прання у делікатному режимі при температурі 40°С не спричиняло руйнування вибійки навіть після 10-ти циклів, що свідчить про її достатньо високу стійкість.



**Рис. 6.** Результати визначення стійкості вибілки до стирання (зразки 1, 2)

**Висновки.** Керуючись принципами еко-дизайну, розроблено колекцію сучасного одягу в еко-стилі, яка відображає світогляд авторів і має важливе значення як чинник у формуванні екологічної свідомості громадян. Для оздоблення виробів колекції використано декоративне оздоблення у техніці вибілки, при створенні якого обрано стилізовані природні джерела. На основі результатів досліджень фізико-механічних властивостей лляних матеріалів та досліджень стійкості вибілки

розроблені рекомендації із вибору матеріалів та особливостей експлуатації виробів колекції. На конкурсі модного одягу «Автограф 2017», що проходив в м. Києві в рамках міжнародного фестивалю моди Kyiv Fashion, колекція «Еко-колорит» стала переможцем в номінації Neo. Колекція одягу була апробована також в умовах Всеукраїнського конкурсу «Барви Поділля-2017» (м. Хмельницький), де стала переможцем в номінації «Акcesуари».

#### Література

1. Колосніченко М. В., Зубкова Л. І., Пашкевич К. Л. та інші. Ергономіка і дизайн. Проектування сучасних видів одягу. Київ: ПП «НВЦ «Профі», 2014. 386 с.
2. Краснюк Л. В., Троян О. М., Луцевська О. М. Ергономічне проектування одягу різного призначення: монографія. Хмельницький: ХНУ, 2017. 177 с.
3. Дерман Л. Екологічний дизайн в контексті модних інновацій та діяльності дизайнерів одягу XX-XXI століття/ URL:

<http://derman.at.ua/publ/1> (дата звернення 09.08.2018).

4. Дуляницька Л. П. Трикотаж як засіб еко-дизайну. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2015. №7. С. 20–27.
5. Галик І. С., Семак Б. Д. Екологічна безпека текстильних матеріалів і виробів: проблеми формування та оцінювання. Вісник КНУТД. 2009. № 3(47). С. 88–93.
6. Чуприна Н. В. Енергозберігаючі технології екодизайну у створенні сучасного

одягу як продукту індустрії моди. Вісник КНУТД. 2013. № 6 (74). С. 245–253.

7. Чупріна Н. В. Ресурсозбереження як принцип розробки екологічно орієнтованого модного одягу в індустрії моди. Вісник КНУТД. 2014. № 5 (79). С. 219–225.

8. Ілізарова А. Linda Lauder milk URL: <http://ladyvlifex.ru/rizne/vidomi-zhinki/40195-linda-loudermilk.html> (дата звернення 09.08.2018).

9. Lackman Michael. Linda Louder milk: eco-fashion designer. Organic clothing. blogs.com. URL: [http://organicclothing.blogspot.com/my\\_weblog/2005/10/linda\\_loudermil.html](http://organicclothing.blogspot.com/my_weblog/2005/10/linda_loudermil.html) (дата звернення 09.08.2018).

10. Sedef Kokcuoglu. Conscientious Couture by Linda Louder milk. Fashionlines. com URL: <http://www.fashionlines.com/2005/sep/fashionLouderMilk05.php/> (дата звернення 09.08.2018).

11. Gwozdz W., Steensen Nielsen K., Müller T. (2017) An Environmental Perspective on Clothing Consumption: Consumer Segments and Their Behavioral Patterns. *Sustainability*. 9 (5). URL: <https://doi.org/10.3390/su9050762> (accessed on 10.08.2018) [in English].

12. Краснюк Л., Матрофайло М., Троян О. Особливості художнього проектування одягу в еко-стилі. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції* (20 квітня 2018 р.). у 2 т. Київ : КНУТД, 2018. Т. 1. С. 219–222.

## References

1. Kolosnichenko, M.V., Zubkova, L.I., Pashkevych, K.L. at al. (2014). *Erhonomika i dyzain. Proektuvannya suchasnykh vydiv odyahu* [Ergonomics and design. Project development of the modern apparel]. Kyiv. PP «NVTs «Profi» [in Ukraine].

2. Krasniuk, L.V., Troyan, O.M., Lushchevska, O.M. at al. (2017). *Erhonomichne proektuvannya odyahu riznoho pryznachennya* [Ergonomic designing of various purpose apparel]. Khmelnytskyi [in Ukraine].

3. Derman, L. (2010). *Ekolohichniy dyzain v konteksti modnykh innovatsii ta diyalnosti dyzaineriv odyahu XX-XXI stolittya* [Sustainable design in the context of the up-to-date innovations and activities of the fashion designers of the XX-XXI century]. L. Derman. derman.at.ua. URL: <http://derman.at.ua/publ/1> [in Ukraine].

4. Dulyanytska, L.P. (2015). Trykotazh yak zasib eko-dyzainu [Knitwear as a tool of eco-design]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv – Bulletin of Kharkiv State Academy of Design and Arts*, 7, 20-27 [in Ukraine].

5. Halyk, I.S. & Semak, B.D. (2009). Ekolohichna bezpechnist tekstylnykh materialiv i vyrobiv: problem formuvannya ta otsiniuvannya [Ecological safety of the textile materials and products: Problems of formation and evaluation]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnologii ta dyzainu – Bulletin of Kyiv National University of Technology and Design*, 3 (47), 88-93 [in Ukraine].

6. Chuprina, N.V. (2013). Enerhozberihaiuchi tekhnologii ekodyzainu u stvorenni suchasnoho odyahu yak produktu industrii mody [Energy-saving technologies of eco-design in the creation of modern apparel as a fashion industry product]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnologii ta dyzainu – Bulletin of Kyiv National University of Technology and Design*, 6 (74), 245-253 [in Ukraine].

7. Chuprina, N.V. (2014). Resursozberzhennya yak pryntsyyp rozrobky ekolohichno oriientovanoho modnoho odyahu v industrii mody [Resource saving as the principle of development of the environmentally-oriented modern apparel in the fashion industry]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnologii ta dyzainu – Bulletin of Kyiv National University of Technology and Design*, 5 (79), 219-225 [in Ukraine].

8. Ilizarova, A. Linda Lauder milk. LADYVLIFE.XYZ. ladyvlifex.ru. URL: <http://ladyvlifex.ru/rizne/vidomi-zhinki/40195-linda-loudermilk.html> [in Ukraine].

9. Lackman, M. (2005) Linda Louder milk: eco-fashion designer. Organic clothing. blogs.com. URL: [http://organicclothing.blogspot.com/my\\_weblog/2005/10/linda\\_loudermil.html](http://organicclothing.blogspot.com/my_weblog/2005/10/linda_loudermil.html)

10. Sedef Kokcuoglu. (2005) Conscientious Couture by Linda Louder milk. Fashionlines. com – URL : <http://www.fashionlines.com/2005/sep/fashionLouderMilk05.php/>

11. Gwozdz, W., Steensen, Nielsen K., Müller, T. (2017) An Environmental Perspective on Clothing Consumption: Consumer Segments and Their Behavioral Patterns. *Sustainability*. 9 (5). URL: <https://doi.org/10.3390/su9050762> (accessed on 10.08.2018) [in English].

12. Krasniuk, L., Matrofailo, M., & Troyan, O. (2018). Osoblyvosti khudozhnoho proektuvannya odyahu v eko-styli [Features of the artistic design of apparel in eco-style]. *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu - Topical Issues of Modern*

*Design: zbirnyk materialiv Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* [Collection of writings of the International Scientific and Practical Conference] (20.04.2018). Vols. 1-2. Vol. 1. Kyiv : KNUVD. 219–222. [in Ukraine].

## ПРОЕКТИРОВАНИЕ АВТОРСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ В ЭКО-СТИЛЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ОТДЕЛКИ В ТЕХНИКЕ НАБОЙКИ

КРАСНЮК Л.В., МАТРОФАЙЛО М.В., ТРОЯН А.М.

*Хмельницький національний університет*

**Цель.** Разработка и изготовление авторской коллекции женской одежды с использованием отделки в технике набойки на основе анализа и применения основных признаков эко-стиля и исследования физико-механических свойств натуральных материалов из льняных волокон.

**Методика.** В ходе работы использованы основные принципы системного подхода к дизайн-проектированию авторской коллекции одежды: литературно-аналитические исследования, морфологический анализ, образно-ассоциативная стилизация источника творчества. Исследование свойств материалов выполнено по стандартным методикам.

**Результаты.** Представлены результаты художественного проектирования авторской коллекции женской одежды в эко-стиле. Определены основные принципы создания одежды в эко-стиле. Описанные отличительные признаки разработанной коллекции и основные этапы выполнения отделки изделий в технике набойки. Представлены результаты исследования физико-механических свойств льняных материалов для изготовления изделий коллекции. Исследована устойчивость отделки ткани набойкой к действию истирания и стирки.

**Научная новизна.** Предложен системный подход к проектированию авторской коллекции одежды в эко-стиле, который заключается в создании моделей в соответствии с принципами эко-дизайна, научно-обоснованном выборе материалов на основе исследования их физико-механических свойств и применении отделки изделий в технике набойки.

**Практическая значимость.** Создано авторскую коллекцию одежды, которая украшена

## DESIGN OF AUTHOR COUTURE COLLECTION IN ECO-STYLE WITH THE USE OF PRINTING TECHNIQUE

KRASNIUK L. V., MATROFAILO M. V., TROYAN O. M.

*Khmelnytsky National University*

**Purpose.** The development and production of the author couture collection using the printing technique based on the analysis and application of the main eco-style features as well as on the research of the physical and mechanical properties of natural materials with linen fibers.

**Methodology.** The basic principles of the systematic approach to design development of the author collection, such as literary-analytical research, morphological analysis, figurative and associative stylization of the source of creativity, were used in the process. The properties of materials were researched by means of standard techniques.

**Results.** The results of the artistic designing of the author couture collection in eco-style were given. The basic principles of the creation of clothes in eco-style were determined. The distinctive features of the designed collection and the main steps of printing technique were described. The results of the research on the physical and mechanical properties of linen materials used for the design of the collection were shown. The durability of printed fabric was studied.

**Scientific novelty.** A systematic approach to the author collection designing in eco-style is proposed, which lies in creating models in accordance with the principles of eco-design, selecting materials scientifically on the basis of the research on their physical and mechanical properties, as well as applying printing technique to products decoration.

**Practical significance.** The author collection was created using the printing

декоративними принтами в техніке набойки и даны практические рекомендации по выбору материалов для изготовления коллекции и особенностей проектирования и эксплуатации изделий.

**Ключевые слова:** авторская коллекция одежды, набойка, стилизация источника творчества, эко-стиль, принт, льняные ткани.

technique, and the practical recommendations on the selection of materials used for the collection creation as well as the peculiarities of products design and exploitation were provided.

**Keywords:** author collection, printing, stylization of the source of creativity, eco-style, print, linen fabrics.

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРІВ:

**Краснюк Лариса Володимирівна**, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри технології та конструювання швейних виробів, Хмельницький національний університет, ORCID 0000-0003-1429-7178, **e-mail:** krasnuklora@gmail.com

**Матрофайло Марія Вікторівна**, магістр, **e-mail:** matrofailo.macha@gmail.com

**Троян Олександр Михайлович**, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри технології та конструювання швейних виробів, Хмельницький національний університет, ORCID 0000-0003-3339-3659, **e-mail:** omtroyan@gmail.com

[https://doi.org/  
10.30857/2617-  
0272.2018.3.9](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.9)

**Цитування за ДСТУ:** Краснюк Л.В., Матрофайло М.В., Троян О.М. Проектування авторської колекції жіночого одягу в еко-стилі із використанням оздоблення в техніці вибійки. Art and design. 2018. №3. С. 96–106.

**Citation APA:** Krasniuk, L.V., Matrofailo, M.V., Troyan, O.M. (2018) Design of author couture collection in eco-style with the use of printing technique. *Art and design*. 3. 96–106.

УДК  
746.4:687.016

DOI:10.30857/2617-  
0272.2018.3.10.

ЛАГОДА О.М.  
Черкаський державний технологічний університет

## РЕПРЕЗЕНТАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ПРАКТИК У СИМБІОЗІ МИСТЕЦТВА І МОДИ

**Мета.** Визначення особливостей взаємодії та співпраці художників, як представників сучасного мистецтва, і дизайнерів одягу, як фахівців індустрії моди, щодо формоутворення модного костюма і його репрезентацій.

**Методика.** Огляд наукових джерел, що висвітлюють взаємодію мистецтва і моди; порівняльний аналіз способів такої взаємодії в різних форматах репрезентацій; аксіологічний підхід до аналізу наявних оригінальних зразків співпраці митців і дизайнерів; встановлення способів застосування творів сучасного мистецтва в межах дизайн-практики, що виявляється у формотворчих пошуках і декоративному вирішенні моделей.

**Результати.** Проведено аналіз публікацій, у яких розглянуто різні аспекти взаємовпливу мистецтва і моди, а також співпраця митців і дизайнерів. Встановлено, що дизайн-практики в межах індустрії моди зберігають стійкий інтерес і підтримують взаємодію з оригінальними явищами-тенденціями, які виникають і розвиваються в сучасному мистецтві. Встановлено характерні риси такої взаємодії моди і мистецтва, що відбиваються передусім на процесах формоутворення костюма, характері декорування та оздоблення, способах його репрезентацій.

**Наукова новизна.** Висвітлено ресурс креативних практик сучасного мистецтва і дизайну одягу в контексті їх симбіозу в сучасній індустрії моди. Встановлено, що такий симбіоз є фактором формування ціннісних значень і емоційних планів, які впливають на організацію репрезентацій костюма й обумовлюють його потенціал як арт-об'єкту, зокрема: етико-естетичний і художньо-стилістичний зміст.

**Практична значущість.** Отримані результати зумовлюють можливості більш глибокого осмислення ролі сучасних мистецьких практик в реалізації дизайнерських ідей. Вони окреслюють образотворчі та формотворчі напрями розвитку галузі, в межах яких актуальності набувають розмаїті техніко-технологічні прийоми й засоби репрезентацій.

**Ключові слова:** сучасне мистецтво, дизайн одягу, індустрія моди, репрезентативні практики.

**Вступ. Постановка проблеми.** Історія розвитку дизайну одягу протягом ХХ – поч. ХХІ ст. демонструє значну кількість яскравих прикладів співпраці художників і дизайнерів. Науковці звертають увагу на взаємодію мистецтва і моди не лише у процесах створення, але й репрезентацій дизайнерських творів. У пошуках нового продуктивного погляду на симбіоз і взаємодію моди та мистецтва, вони виявили певний «конфлікт інтересів» між ними, перш за все, як явищами в культурі та соціальній практиці, що орієнтовані на

знаково-символічний ресурс і аксіологічну значимість. Питання щодо того, чи повинні дизайнери у своїй діяльності враховувати окреслені проблеми, залишається дискусійним і малодослідженим.

**Аналіз попередніх досліджень.** Одним з найдієвіших засобів змін вважають моду ХХІ ст. Р. Чернієн і М. Мієжєндієн (Ramunė Čiernienė та Milita Vienažindienė). Водночас, вони підкреслюють, що модна індустрія є частиною більш масштабного соціального і культурного феномену, відомого як «система моди» – оригінальна

концепція, яка охоплює не лише бізнес структури індустрії та сплановане виробництво, а й мистецтво моди, дизайн і процеси споживання. Серед найхарактерніших ознак обох сфер автори вказують на розмаїття, складність, динамізм, інтенсивність і волатильність (*volatility*), тобто мінливість як показник, що окреслює тенденцію змін в часі. Цікаво, що поняття «волатильність» вони вживають не стільки традиційно – стосовно фінансових статистик, а й по відношенню до образно-стильових трансформацій костюма [10].

Досить категорична щодо проблемної взаємодії двох сфер моди у своїй публікації «Мода: гра соціального змісту як цинічна стратегія споживання» В. Петренко (Valeriya V. Petrenko) [4]. У її баченні, філософська версія феномену «мода» зумовлює необхідність розгляду проблеми в контексті нової методології, оскільки сучасні дослідження включають ідеї, пов'язані з соціальною теорією, психоаналізом і семіотикою, акцентують необхідність обговорення моди як предмету (матеріалізовані речі), прагнення (бажання, запити) і споживання (спроможність). Така позиція, зокрема, вказує на посилення конативної функції в процесах модної комунікації. А це вже, як зазначає К. Рідер (C. Ryder), питання етики і впливу зростання глобальної культури. Він аналізує тенденції епохи масового виробництва, доступної моди і їх можливі наслідки для стабільності розвитку в сучасному суспільстві «етичної» моди [11].

Група авторів публікації «Естетика моди розкоші, тіла та ідентифікація» [1] пропонує теоретичне та емпіричне дослідження ставлення жінок-споживачів до зовнішнього вигляду тіла, пов'язаного з їх сприйняттям естетики моди. Теоретичні положення в роботі обґрунтовано результатами трьох напрямів досліджень: естетика виробництва, естетика сприйняття та естетичність споживання. У такому

контексті автори розкривають чотири взаємопов'язані теми: мода як мистецтво, твори якого носять (споживають); тіло і самоідентичність; тілесна зовнішність і бренди високої моди; а також естетична діяльність засобами моди. Ретельний аналіз естетики моди і процесів формування ідентичності, на їх думку, надає можливість перейти до обговорення зростаючої значимості розуміння та формування поведінки споживачів, що й пояснює роль конативної функції в індустрії моди, яка оперує засобами дизайну. Іншими словами, етика взаємодії виробників і споживачів модної продукції корелюється естетикою моди, дизайном і специфікою процесів комунікації.

Вказані проблемні питання становлять коло інтересів М. Педроні (Marco Pedroni) – фахівця в галузі соціології культури, який тривалий час викладав спецдисципліни, пов'язані з дизайном і модою, в Лондонському коледжі моди та Інституті моди у Мілані. За його участі вийшло друком декілька тематичних видань, зокрема: «Fashion and Art» («Мода і мистецтво») у 2012 р. і «Of From Production to Consumption: The Cultural Industry of Fashion» («Від виробництва до споживання: культурна індустрія моди») в 2013 році. Останнє видання об'єднує в єдиний проект дослідження моди як культурної індустрії, як сфери зближення двох полюсів: виробництва, що включає формування ідей, їх реалізацію засобами дизайну і процеси виготовлення дизайн-продуктів, які здійснюються професіоналами індустрії моди; і споживання, котре ідентифікує складну і гетерогенну групу публічних осіб, які отримують пропозиції щодо одягу, купують або не купують його, тим самим перетворюючи цей одяг у повсякденному житті в генератора значень (в знаки і символи). На думку М. Педроні, перспективність досліджень, заснованих на соціології культури, спирається на ідею

матеріальної культури та її об'єктів, що дозволяє розрізнити суттєві й несуттєві цінності, нав'язані модою суспільству. У своїх розвідках науковець апелює до робіт П. Хірша (Paul Hirsch), який на аналізі медіа індустрії розробив інтерпретаційну модель, так звану, «схему Хірша», що умовно розподіляє культурну індустрію на чотири етапи: проектування, виробництво, зв'язки і споживання. З іншого боку, суттєвою для нього є запропонований В. Грісволдом (Wendy Griswold) «*Cultural Diamond*», який виявляє, яким чином культурні значення постають результатом взаємин між соціальним світом, творцем (індивідуальним або колективом), споживачем і культурним об'єктом. Дослідження моди в контексті соціальної сфери описують культурну індустрію як постійну взаємодію між матеріальними і нематеріальними цінностями дискурсу моди. Конкретні матеріальні речі світу моди є своєрідним «містком до нематеріальних горизонтів моди». У контексті міждисциплінарного підходу, актуальності набувають: зміст моди як системи; сприйняття дизайнерів як «культурних посередників»; роль проектування та виробництва, комунікації моди, магазинів як символічного місця для сучасного споживання продуктів моди. Важливо розуміти, що у поняття «мода» М. Педроні, як й більшість закордонних науковців, включає, як продукти індустрії моди, так і процеси, пов'язані з їх виробництвом, тобто одяг, аксесуари, рекламу моди, експозиції та репрезентації модної продукції.

Колега М. Педроні, професор соціології в Школі дизайну політехнічного університету Мілану П. Волонте (Paolo Volonté), як співредактор Міжнародного журналу про моду, у своїх наукових розвідках більше уваги приділяє безпосередньо дизайну в індустрії моди. Їх спільна публікація «Мистецтво ззовні: нехудожня легітимація в сфері дизайну

одягу» позиціонує мистецтво і моду як дві сфери культурного виробництва, взаємодія яких «викликає перехресне запліднення, метаморфози, ідентичність і легітимацію» [8]. Приділяючи основну увагу взаємозв'язку мистецтва і моди – «двох сфер культурного виробництва з контрастними і рухомими кордонами», науковці аналізують їх зв'язок у контексті сприйняття мистецтва самими дизайнерами. Вони встановили, що *дизайнери використовують мистецтво як засіб для досягнення легітимності та формування особистості, тим самим закріплюючи власну сферу культурного виробництва (моди) як художню*. Водночас, ідентифікація з мистецтвом досить часто заперечується самими дизайнерами, які намагаються в своєму культурному виробництві отримати в результаті не твір мистецтва, а культуру споживання одягу. На їх думку, стан сучасної міланської моди, яку автори й аналізують, демонструє, що порівняння з образотворчим мистецтвом того, що відбувається в культурному виробництві моди, знаходиться в постійному пошуку легітимації і може відбуватися по каналам, відмінним від асиміляції в світ мистецтва.

Відношення різних фахівців індустрії моди щодо питання, чи можна вважати моду мистецтвом і за яких умов, проаналізовано О. Лагодою у публікації «Мода і мистецтво: взаємодія в контексті репрезентацій» [6]. Зокрема визначено, що сформувався новий продуктивний погляд на симбіоз моди й мистецтва, який дозволяє співставляти такі формати репрезентацій модного костюма як дефіле та експозиція в музеї як такі, що сприяють перетворенню дизайнерських речей у твори сучасного мистецтва з притаманними їм ознаками постмодерністської культури. Доведено, що мода й мистецтво живлять одне одного й утворюють складну багаторівневу взаємодію. Оскільки модна

комунікація не вичерпується такими репрезентативними практиками як дефіле й експозиція костюма в просторі музею, доцільно розглянути зразки взаємодії мистецтва і моди в інших форматах репрезентацій у контексті вказаної вище проблематики.

**Результати дослідження.** Окреслену проблему можна розглядати у трьох різних, але взаємопов'язаних площинах – мода як мистецтво, мода на мистецтво, мода – мистецтво, що, перш за все, демонструє, що вона «відіграла й відіграє ключову роль у популяризації мистецтва, в інтерпретації його мотивів і їх репрезентації...» [6, с. 21]. Цей аспект зближає моду з сучасним мистецтвом, орієнтованим на масовість, доступність, зрозумілість, яких досягають специфічними засобами, зокрема, засобами дизайну [9].

Сучасним мистецтвом – contemporary art, – прийнято визначати сукупність художніх практик, що сформувалися в другій половині ХХ століття. Вперше визначення «contemporary art» стосовно творів Д. Сміта (David Smith) застосувала у своїй дисертаційній роботі Р. Краусс (Rosalind E. Krauss) – один з провідних аналітиків сучасного мистецтва в Америці, наголошуючи на «нових образах», «нових матеріалах» і «нових засобах виразності», які в 1960–70-х рр. утілилися в таких формах виразу як перформанс, хеппенінг та інсталяція, а згодом – рольова гра. Вони демонструють, що відбувся своєрідний зсув від самого об'єкта творчості до процесу творчості, який став самоцінним і самодостатнім. Уже на той час окреслилися два напрями розвитку сучасного мистецтва – концептуальне мистецтво і мінімалізм. Суттєво, що в обох науковці відзначали посилення соціальної направленості арт-процесів, активне включення в арт-простір явищ буденності, а також – застосування образів масової культури. Провідною ознакою творів постала їх видовищність.

Окрім того, мистецтво зазнавало значного впливу технологій: у 1960-х рр. – відео і аудіо-технологій, надалі – комп'ютерних, а від 1990-х рр. – Інтернету. Початок ХХІ ст. продемонстрував певне розчарування у можливостях технічних засобів у художніх практиках. У наш час – це, насамперед, «комерційно-вигідні спроби модернізму ХХІ століття» [2]. Його експерименти синтезують найрізноманітніші теми, матеріали, засоби й прийоми реалізації.

До вище вказаних форм виразу сучасного мистецтва можна віднести практично усі формати репрезентацій костюма – дефіле, фото та ілюстрацію моди, тематичні виставки у музеях, вітриністику. Особливо цікавою та складною для усвідомлення й сприйняття репрезентацій постає ситуація, коли творчість дизайнера одягу – це інспірація творів художника. Взаємодія ж дизайнера і художника, який працює в одному з характерних для сучасного мистецтва напрямів, саме взаємодія, а не різномасштабне принтування елементів костюма репродукціями зображень відомих полотен, які споживачами відразу упізнаються, обумовлює особливий результат безпосередньо для продукту дизайну. Різномасштабні принти фрагментів картин відомих авторів виконують, переважно, декоративно-оздоблювальну функцію. Вони в оригінальний спосіб збагачують дизайнерську форму виробу, роблять її більш виразною та емоційно насиченою. Збільшення або зменшення масштабу реальних зображень сприяє трансформації відтворюваних полотен. Цьому ж сприяє композиційно-конструктивне вирішення безпосередньо костюмної форми, крій, щільність прилеглості до фігури. А сприйняття ансамблю одягу в русі посилює ефект перетворення. Таким чином, характерним є: зміна масштабу зображення; використання фрагментів, а не цілого зображення; його

перенесення на іншу матеріальну основу іншими матеріалами; при збереженні загальної подібності та колористичного забарвлення може відбуватися (свідомо – задум, а підсвідомо – властивість текстури матеріалу) видозміна, спотворення, посилення або послаблення тонально-кольорових відношень. Текстиль набуває виразної декоративності, а відтворене на ньому зображення – постає його унікальною фактурою або текстурою. Під час руху в готовому костюмі воно постійно деформується і видозмінюється. Втім, при всіх вказаних змінах, зберігаються стійкі асоціативні зв'язки з першоджерелами. Костюм зберігає, а часом і посилює, притаманний їм емоційний план.

Уся відповідальність за описані процеси на дизайнері як творці костюмної форми, оскільки саме він приймає рішення щодо того, у який спосіб (розмір, масштаб, матеріали) репродукція роботи художника буде існувати в межах спроектованої дизайнером форми. Досить пригадати експерименти зі своєрідною графікою відомого американського художника і скульптора К. Харінга (*Keith Haring*), який помер ще у 1990 р. Фонд, що носить його ім'я, активно співпрацює з митцями різних сфер задля допомоги хворим СНІДом. З його дозволу у 2010 р. Т. Хілфігер (*Tommy Hilfiger*) створив лімітовану колекцію взуття, запозичивши для цього твори Харінга; в 2011 р. дизайнер Н. Кірквуд (*Nicholas Kirkwood*) створив власну колекцію взуття, вкритого мотивами робіт художника.

Зовсім інша ситуація складається тоді, коли дизайнер і художник працюють над костюмом разом, а форма костюма є їх колегіальним рішенням. Дизайнер у контексті спільної концепції відповідає, перш за все, за антропофізіологічні, ергономічні, конструктивно-технологічні параметри моделей. А для художника форма костюма з усіма її особливостями стає «полотном», яке він заповнює

зображеннями у властивій йому манері. Художник, таким чином, створює 3D-об'єкт, а не тканину, з якої дизайнер кроїть задумані речі. Яскравим прикладом цього можна вважати спільний проект американської художниці Р. Кроу (*Rosson Crow*) і дизайнера З. Позена (*Zac Posen*) у 2010 році. Їх живописна колекція з суконь-картин із квітковими принтами художниці була контрастною та енергійною, але, водночас, випромінювала легкість й особливий шарм. Авторський принт художника у таких випадках досить часто не має чітко визначеного напрямку або конкретики зображеного. В костюмі – це оригінальна фактура або текстура матеріалу, яка вказує на стиль (манеру) того чи іншого художника. Абстрактне, нефігуративне мистецтво для цього підходить найбільше.

В сучасній дизайнерській практиці, як приклад окресленої взаємодії, вирізняються проекти дизайнера М. Джейкобса (*Marc Jacobs*), який для створення колекцій одягу відомого бренду «*Louis Vuitton*» постійно залучає неординарних митців сучасності – С. Спрауза (*Steven Sprauz*), Д. Кунса (*Jeff Koons*), Р. Прінса (*Richard Prince*), Т. Мураками (*Takashi Murakami*), О. Еліассона (*Olafur Eliasson*) тощо. Подією в індустрії моди у 2011-2012 рр. стала коллаборація дизайнера з японською художницею Я. Кусама (*Yayoi Kusama*): оригінальний одяг і різноманітні аксесуари у стилістиці робіт художниці. Вітрини магазинів, рекламну продукцію марки було оформлено аналогічно. Такий комплексний підхід дизайнер і його команда доповнили додатком до айпадів, за допомогою якого можна було редагувати фотографії у стилістиці робіт Кусами. З приводу співпраці М. Джейкобс сказав, що «...в результаті... отримали динамічний, яскравий проект, який є справжньою коллаборцією, тому що в ньому надзвичайно багато від монограми *Louis*

Vuitton і багато від фірмового горошку Кусами, і те й інше є чимось нескінченим, поза часом, вічним...» [5].

Для японської художниці, яка хворіє психічними захворюваннями, творчість стала своєрідним порятунком від розчарування життям і думок про смерть. Її рисунки, скульптури, перформанси та інсталяції характеризуються психоделічними кольорами, повторами простих візерунків, серед яких головний – горошок, що уперше з'явився в її роботах в десятилітньому віці. Ще в 1968 р. Я. Кусаму заснувала «Kusama Fashion Company Ltd», яка пропалагувала авангардну моду і продавалася у спеціалізованому відділі «Kusama Corner» в універмазі «Bloomingdale's». У 2011 р. відбулася плідна співпраця художниці з «Lancome». В тому ж році вона розробила дизайн для обкладинок кишенькових карт лондонського метро в межах проекту, що називався «Polka Dots Festival in London».

Нетривіальність, підкреслена декоративність та своєрідна епатажність принту «polka dot» (рис. 1 – рис. 6) зробили й лімітовану колекцію «Louis Vuitton» – одяг, взуття, сумки, аксесуари і прикраси – арт-об'єктами [3]. Торгівельний простір марки, в якому було представлено колабораційну колекцію, відповідав концепції принту, а в його розробці брала участь сама художниця. У дизайні вітрин було використано чотири базових мотиви: хвилі-щупальця, точки, дзеркала і квіти. Фірмовий почерк художниці – червоні крапки на білому тлі, як відомо, символізує жіночий початок, що наповнило дизайнерські речі новим змістом. Особливо примітною у вітринах магазинів стала лялька-манекен Кусаму – візуалізована копія художниці. На сайті марки, присвяченому колаборації, розміщено відео, яке демонструє, як з глиняних відбитків обличчя і рук японки створювалися воскові ляльки різних

масштабів, які можна було побачити на полицях магазинів і у вітринах (рис. 7 – рис. 10). Проект «Louis Vuitton» і Я. Кусаму визнано одним із найяскравіших прикладів симбіозу сучасного мистецтва і моди, оскільки ексклюзивна творчість художниці сприяла переосмисленню класичних і культових атрибутів марки і сприяла створенню значної кількості вражаючих уяву елементів костюма як творів мистецтва [7]. Втім, усі розроблені речі з колекції практичні та носибельні, відповідають існуючим стандартам.

Зовсім інший приклад демонструє результат спільної творчості художника Б. Шайна (Benjamin Shine) і дизайнера Дж. Гальяно (John Galliano) для «Maison Margiela Artisanal» у весняній колекції 2017 року [12]. Створений художником об'єкт сучасного мистецтва в костюмі, відповідно до концепції дизайнера, має чітко визначене місце, саме для нього розроблений, що робить такий костюм арт-об'єктом – художнім твором, який, однак, втрачає в плані власної утилітарності (практичності, носибельності тощо).

Картини художника Б. Шайна створені не фарбами на полотні, а полосами тюлю за допомогою звичайної праски. Шматочки тканини пришиті надтонкими стібками, без клею. Кожен нюанс переломлення світла й тіні, слоїв тканини художник ретельно продумує. Його проект під назвою «Tulle» свого часу продемонстрував портрети Х. ван Р. Рембрандта, О. Хелберн, М. Тетчер, принца Альберта, У. Черчіля та ін. Унікальність цих робіт і привабила Дж. Гальяно. Основною ідеєю колекції стало прагнення дизайнера продемонструвати розмаїття нашарувань, які людина наносить на своє тіло в епоху цифрових технологій: шифон і тюль з вишитими на них зображеннями облич жінок покривають одяг, тіло, обличчя моделей так, що їх власні риси спотворюються. Показ став своєрідною

маніфестацією залежності людини від нав'язливих цифрових продуктів, через що існує реальна загроза втрати ідентичності та унікальної самобутності будь-ким. Глибинний соціальний підтекст і гострота проблеми, на яку звертає увагу власною творчістю дизайнер, під час показу колекції на подіумі, в аскетичному середовищі модного простору спеціального павільйону, стали гаслом і символом, мовчазним рупором актуальної проблеми. Кульмінацією показу була модель у білосніжному плащі з зображенням з тюлю портрету К. Мосс (Kate Moss) – визнаного символу епохи масового споживання (рис. 11 – рис. 12).

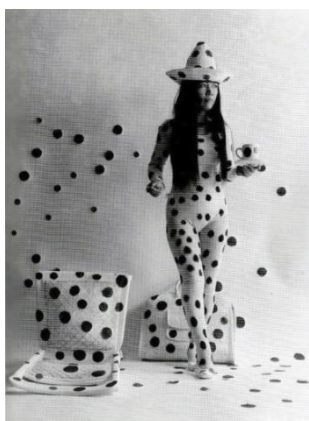
Шайн Б. експериментує з тканинами ніби поєднуючи скульптуру і живопис. Під час дефіле костюми, декоровані його роботами, насамперед, вимагали особливої локації – середовища, у якому їх концептуальні значення набували б максимального звучання та виразу. Якщо для класичного дефіле достатньо мінімальної кількості спеціальної атрибутики – подіум, освітлення, музичний супровід, а взаємодія з глядачем розгортатися як елементарна візуальна комунікація, то в описаному випадку дефіле набуває театральності, його сценарні дії розгортаються в часі-просторі, воно тяжіє до мистецьких акцій перформансу або хеппенінгу: особлива нестандартна траєкторія руху, особлива персоніфікація моделей, локація (декорація) тощо. Комунікативні зв'язки орієнтовано на максимальну емоційну взаємодію і проникнення. В цьому випадку костюм – арт-об'єкт, і саме дефіле – мистецька акція.

Що ж до оформлення вітрин, експозиція в яких апіорі не може визнаватися перформансом або хеппенінгом, то відбувається цікаве перетворення (рис. 13 – рис. 15).

Костюм, створений завдяки спільній концепції та творчій взаємодії дизайнера й художника, експонується тривалий час, його місце – незмінне, статичне й обмежене в просторі, у якому сам художник або дизайнер відсутні, немає їх дій. А комунікацію з глядачем можна вважати «регламентованою», спрямованою в умови буденності. Вітрина – це швидше інсталяція, яка близька музейній експозиції. В її межах костюмна форма стає симулякром, який може наповнюватися будь-яким змістом. Підтвердженням цьому можуть служити варіативність оформлення брендів вітрин в різних містах і країнах. Манера художника, типові риси його творчих прийомів один і той же асортимент одягу і аксесуарів, але різні контексти, різноманітні відтінки емоцій, багатозначність і ситуативність експозицій.

Для коллаборацій характерним є вирішення не тільки вітрин як окремого концептуального візуального простору, а всього інтер'єру, часом – і екстер'єру у його взаємодії з архітектурою, місцем, ментальністю, як єдиного цілого. Цікаво, що це креативний світ художника, в якому дизайнерські речі є ексклюзивним наповненням. Вони не домінують, вони живуть, органічно вписані в художнє середовище.

Костюм у вітрині – експонат, який позбавлений однієї з найважливіших рис – динаміки руху. Відсутня й людина-носіє, функції якої виконує манекен – елемент обладнання, інструмент експозиції. Унікальність такого спеціального обладнання досить часто теж є продуктом творчої діяльності художника й дизайнера.



**Рис. 1.** Авторська акція Я. Кусамі з мотивом polka-dot, м. Нью-Йорк, 1970-ті роки



**Рис. 2.** Samantha Jones в polka-dot пальто в James Galanos, фото Bob Stone, 1972 рік



**Рис. 3.** Nele Kenzler в костюмі від Naomi Yang, фото з жур. «W-Magazine» (березень 2014)



**Рис. 4.** Модель з колекції осінь-зима 2016-2017 року. Ready-To-Wear.



**Рис. 5 – 6.** Дж. Клуні від Yayoi Kusama для W-Magazine. Фото Емми Саммертон



**Рис. 1. – рис. 6.** Приклади застосування принту «polka dot» у творчій співпраці Я. Кусамі з різними представниками сфери моди



**Рис. 7.** Модель з колекції «Louis Vuitton» сезону весна-літо 2011-2012 року



**Рис. 8.** Модель з колекції «Louis Vuitton» сезону весна-літо 2011-2012 року



**Рис. 9.** Художниця в речах з колекції «Louis Vuitton X Yayoi Kusama», 2012 рік



Рис. 9. Торгівельний простір марки Louis Vuitton в стилістиці принту «polka-dot», 2012 рік



Рис. 10. Лялька-манекен Кусама у вітрині бутіка «Louis Vuitton», 2012 рік

Рис. 7 – рис. 10. Лімітована колекція «Louis Vuitton»; інтер'єр і вітрина магазину у стилістиці робіт Я. Кусама



Рис. 11. Модель з колекції «Benjamin Shine X John Galliano» для «Maison Margiela Artisanal», 2017 рік



Рис. 12. Модель з колекції «Benjamin Shine X John Galliano» для «Maison Margiela Artisanal», 2017 рік



Рис. 13. Одна з вітрин універмагу «Bergdorf Goodman» прикрашена роботою Б. Шайна, 2017 рік



Рис. 14. Фасад універмагу «Bergdorf Goodman» з вітринами, які оформлено роботами Б. Шайна, 2017 рік



Рис. 15. Фрагмент вітрини універмагу «Bergdorf Goodman» з роботою Б. Шайна, 2017 рік

Рис. 11. – рис. 15. Ексклюзивна творчість Б. Шайна на подіумі та у вітринах

**Висновки.** В результаті взаємодії дизайнера й художника костюм часто постає арт-об'єктом, який потребує спеціального способу презентації. Він втрачає, частково або ж повністю, власні утилітарні властивості та набуває нових значень, які впливають на формування сучасної естетики сприйняття одягу. Сценарний підхід, елементи театралізації зумовлюють трансформації в форматах репрезентацій костюма як арт-об'єкту: дефіле стає мистецькою акцією – перформансом, хеппенінгом – з відповідною атрибутикою, яка впливає на глядача або взаємодіє з ним комплексно. Для дуету художник-дизайнер – це спосіб креативного самовираження. Експозиція концептуального костюма у вітрині магазину вимагає концептуального

представлення. Експозиція набуває вигляду інсталяції, в якій окрему роль відведено манекену. Вітрина – це ілюстрація колаборації, яка сама по собі може стати арт-об'єктом розміщеним у конкретному середовищі. У такому випадку вона значною мірою втрачає власну домінуючу функцію – продавати рекламу, тяжіє за своїм змістом і роллю до експозицій у музейному просторі, однак не є настільки елітарною. Це своєрідний місток між творцями – дизайнером, художником і глядачами – споживачами, асиміляція елітарного (мистецтва) у повсякдення. Принципи організації тематичних вітрин, їх художня, концептуальна та дизайнерська складова можуть становити напрям подальших досліджень.

### Література

1. Venkatesha A., Joyb A., Sherry J.F., Deschenesd J. Jr. The aesthetics of luxury fashion, body and identify formation. *Journal of Consumer Psychology*, 2010. Vol. 20. Is. 4. P. 459–470. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2010.06.011>.

2. Андреева Е.Ю. Постмодернизм: Искусство второй половины XX – начала XXI века. Санкт-Петербург : Азбука-классика, 2007. 488 с.

3. Blondini. Концептуальные бутики Louis Vuitton and Yayoi Kusama. URL: <http://ru.paperblog.com/kontseptualnyie-butiki-louis-vuitton-x-yayoi-kusama-431514/> (дата звернення 08.08.2018).

4. Petrenko V. Fashion: The Game of Social Meaning as the Cynical Strategy of Consumption. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2015. Vol. 200, P. 509–513. URL: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.08.010>.

5. Dyadyukh V. Коллаборация Louis Vuitton и Яей Кусамы. URL: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/fashion->

[radar/175065-kollaboratsiya-louis-vuitton-i-yayoi-kusama](http://www.lookatme.ru/flow/posts/fashion-radar/175065-kollaboratsiya-louis-vuitton-i-yayoi-kusama)

6. Лагода О.М. Мода і мистецтво: взаємодія в контексті репрезентацій / Вісник ХДАДМ: зб. наук. пр.; за ред. Даниленка В.Я. Харків : ХДАДМ, 2014. № 1. С. 20–26.

7. Louis Vuitton & Yayoi Kusama: переосмысливание моды сквозь призму современного искусства. URL: <http://styleinsider.com.ua/2015/02/louis-vuitton-x-yayoi-kusama-pereosmyslivanie-mody-skvoz-prizmu-sovremennogo-iskusstva>.

8. Pedroni M., Volonté P. Art seen from outside: Non-artistic legitimation within the field of fashion design. *Poetics*, 2014. Vol. 43, P. 102–119. URL: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2014.01.007>.

9. Мячикова К. Краткая история союза моды и искусства. 13 самых ярких примеров коллабораций fashion-брендов и художников. URL: <https://bazaar.ru/fashion/geroi/kratkaya-istoriya-soyuza-mody-i-iskusstva/#part0>

10. Čiarnienė R., Vienažindienė M. Management of Contemporary Fashion Industry: Characteristics and Challenges. *Procedia – Social*

and Behavioral Sciences. 2014. Vol. 156, P. 63–68. URL: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.11.120>.

11. Ryder C. Chapter 24 – Fashion and Culture: Global Culture and Fashion. *Textiles and Fashion: Materials, Design and Technology*. Wood head Publishing Series in Textiles, 2015. P. 605–634. URL: <https://doi.org/10.1016/B978-1-84569-931-4.00024-6>.

12. Ярмарка мастеров. Бенджамин Шайн и его необыкновенные рисунки тюлем. URL: <https://www.livemaster.ru/topic/1872711-benjamin-shine-i-ego-neobyknovennye-risunki-tyulem>

## References

1. Venkatesha, A., Joyb, A., Sherry, J. F., Deschenesd, J. Jr. (2010). The aesthetics of luxury fashion, body and identify formation. *Journal of Consumer Psychology*, 20. 4. 459–470. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2010.06.011> [in English].

2. Andreeva, E.Yu. (2007). *Postmodernizm: Iskusstvo vtoroy polovinyi XX – nachala XXI veka* [Postmodernism: Art of the second half of the XX – beginning of the XXI century]. Sankt-Peterburg : Azbuka-klassika, 488 p. [in Russian].

3. Blondini (2012). *Kontseptualnyie butiki Louis Vuitton and Yayoi Kusama* [Conceptual boutiques Louis Vuitton x Yayoi Kusama] URL: <http://ru.paperblog.com/kontseptualnyie-butiki-louis-vuitton-x-yayoi-kusama-431514/> [in Russian].

4. Petrenko, V. (2015). Fashion: The Game of Social Meaning as the Cynical Strategy of Consumption. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 200, 509–513. URL: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.08.010> [in English].

5. Dyadyukh, V. (2012). *Kollaboratsiya Louis Vuitton & Yaui Kusama* [The Louis Vuitton and Yayoi Kusama Collaboratio] URL: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/fashion-radar/175065-kollaboratsiya-louis-vuitton-i-yayo-y-kusama> [in Russian].

6. Lahoda, O.M. (2014). Moda i mystetstvo: vzaiemodiia v konteksti reprezentatsii [Fashion and art: interaction in the context of representations] *Visnyk KSADA*. 1. 20–26. [in Ukrainian].

7. Louis Vuitton & Yayoi Kusama: pereosmyslivanie modyi skvoz prizmu sovremennogo iskusstva [Louis Vuitton & Yayoi Kusama: rethinking fashion through the prism of modern art]. URL: [/http://styleinsider.com.ua/2015/02/louis-vuitton-x-yayoi-kusama-pereosmyslivanie-mody-skvoz-prizmu-sovremennogo-iskusstva](http://styleinsider.com.ua/2015/02/louis-vuitton-x-yayoi-kusama-pereosmyslivanie-mody-skvoz-prizmu-sovremennogo-iskusstva). [in Russian].

8. Pedroni, M., Volonté, P. (2014). Art seen from outside: Non-artistic legitimation within the field of fashion design. *Poetics*, 43, 102–119. URL: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2014.01.007> [in English].

9. Myachikova, K. *Kratkaya istoriya soyuza modyi i iskusstva. 13 samyih yarkih primerov kollaboratsiy fashion-brendov i hudozhnikov* [Brief history of the union of fashion and art. 13 Most Striking Examples of Collaborations of Fashion Brands and Artists]. URL: <https://bazaar.ru/fashion/geroi/kratkaya-istoriya-soyuza-mody-i-iskusstva/#part0> [in Russian].

10. Čiarnienė, R., Vienožindienė, M. (2014) Management of Contemporary Fashion Industry: Characteristics and Challenges. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 156, 63–68. URL: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.11.120> [in English].

11. Ryder C. (2015). Chapter 24 – Fashion and Culture: Global Culture and Fashion. *Textiles and Fashion: Materials, Design and Technology*. Wood head Publishing Series in Textiles, 605–634. URL: <https://doi.org/10.1016/B978-1-84569-931-4.00024-6> [in English].

12. *Yarmarka masterov. Bendzhamin Shayn i ego neobyknovennyye risunki tyulem* [Arts and crafts fair. Benjamin Schein and his extraordinary tulle drawings]. URL: <https://www.livemaster.ru/topic/1872711-benjamin-shine-i-ego-neobyknovennyye-risunki-tyulem> [in Russian].

**РЕПРЕЗЕНТАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДИЗАЙНЕРСКИХ ПРАКТИК В СИМБИОЗЕ ИСКУССТВА И МОДЫ**

ЛАГОДА О.Н.

*Черкасский государственный технологический университет*

**Цель.** Определение особенностей взаимодействия и сотрудничества художников, как представителей современного искусства, и дизайнеров одежды, как специалистов индустрии моды, в формообразовании модного костюма и его репрезентациях.

**Методика.** Обзор научных источников, освещающих взаимодействие искусства и моды; сравнительный анализ способов такого взаимодействия в различных форматах репрезентаций; аксиологический подход к анализу имеющихся оригинальных образцов сотрудничества художников и дизайнеров; определение способов применения произведений современного искусства в рамках дизайн-практики, которые проявляются в поисках формообразования и в декоративном решении моделей.

**Результаты.** Проведен анализ публикаций, в которых рассмотрены различные аспекты взаимовлияния искусства и моды, а также сотрудничество художников и дизайнеров. Установлено, что дизайн-практики в рамках индустрии моды сохраняют устойчивый интерес и поддерживают взаимодействие с оригинальными явлениями-тенденциями, которые возникают и развиваются в современном искусстве.

Установлены характерные черты такого взаимодействия моды и искусства, отражающиеся, прежде всего, на процессах формообразования костюма, характере декорирования и отделки, способах репрезентаций.

**Научная новизна.** Освещены ресурс креативных практик современного искусства и дизайна одежды в контексте их симбиоза в современной индустрии моды. Установлено, что такой симбиоз является фактором формирования ценностных значений и эмоциональных планов, которые влияют на организацию репрезентаций костюма и обуславливают его потенциал как арт-объекта.

**REPRESENTATIVE POTENTIAL OF DESIGNER PRACTICES IN SYMBIOSIS OF ART AND FASHION**

LAHODA O.

*Cherkassy State Technological University*

**Purpose.** Determination of representatives interaction of contemporary art and designers of clothing with regard to the shaping of a fashionable costume and its representations.

**Methodology.** An overview of scientific sources highlighting the interaction of art and fashion; comparative analysis of the ways of such interaction in different formats of representations; axiological approach to the analysis of existing original models of cooperation between artists and designers; the definition of ways to apply works of contemporary art in the framework of design practices that are manifested in the search for shape formation and in the decorative solution.

**Results.** The analysis of publications, which examine various aspects of the interaction of art and fashion, as well as the cooperation of artists and designers. It has been established that design practices within the fashion industry maintain a steady interest and support (encourage) interaction with the original phenomena-trends that arise and develop in contemporary art. The characteristic features of such interaction of fashion and art, which are reflected primarily on the processes of shaping the costume, the nature of decoration and ornamentation, the ways of representations, are established.

**Scientific novelty.** The axiological, semantic resource of creative practices of contemporary art and clothing design in the context of their symbiosis in the modern fashion industry is illuminated. It is established that such a symbiosis is a powerful factor in the formation of values and emotional plans that influence the organization of representations of a fashionable costume and determine their potential as art objects, that is, ethical and aesthetic, artistic and stylistic.

**Практическая значимость.** Полученные результаты способствуют возможности более глубокого осмысления роли современных художественных практик в реализации дизайнерских идей. Они определяют изобразительные и формообразующие направления развития отрасли, в пределах которых актуальность приобретают разнообразные технико-технологические приемы и средства репрезентаций.

**Ключевые слова:** современное искусство, дизайн одежды, индустрия моды, репрезентативные практики.

**Practical significance.** The found results of the study contribute to a deeper understanding of the specifics and the role of modern artistic practices in the implementation of design ideas that are embodied in various aspects of creative activity.

**Keywords:** contemporary art, clothing design, fashion industry, representative practices.

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРІВ:

[https://doi.org/  
10.30857/2617-  
0272.2018.3.10](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.10)

**Лагода Оксана Миколаївна**, канд. мистецтвознавства, доцент, професор кафедри дизайну, Черкаський державний технологічний університет, ORCID 0000-0003-1808-7119, **e-mail:** oxanalahoda@gmail.com

**Цитування за ДСТУ:** Лагода О.М. Репрезентативний потенціал дизайнерських практик у симбіозі мистецтва і моди. *Art and design*. 2018. №3. С. 107-119.

**Citation APA:** Lahoda, O. (2018) Representative potential of designer practices in symbiosis of art and fashion. *Art and design*. 3. 107-119.

УДК  
687.016:[687.12:677.  
027.6]

DOI:10.30857/2617-  
0272.2018.3.11.

ПАШКЕВИЧ К.Л., КРЕДЕНЕЦЬ Н.Д., ПОСТЕЛЬНЯК А.В.,  
КІНЧИНА О.М.  
Київський національний університет технологій та дизайну

### **ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННЯ КОЛЕКЦІЇ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ З ВИКОРИСТАННЯМ ПЕРФОРАЦІЇ**

**Мета.** Дослідження особливостей дизайн-проекткування творчої колекції жіночого одягу з використанням декоративного оздоблення – перфорації.

**Методика.** Застосовано комплексний підхід, метод системно-структурного та морфологічного аналізу вихідного об'єкту дослідження з подальшим його синтезом на основі отриманих даних.

**Результати.** Виконано аналіз дизайн-проекткування колекцій одягу з різними видами сучасного оздоблення, проаналізовано колекції сучасних українських та зарубіжних дизайнерів з метою визначення сучасних методів виконання перфорації в одязі та сучасних тенденцій моди. Надано узагальнену систематизацію різновидів перфорації за різними ознаками, на основі чого розроблено актуальну колекцію жіночого одягу із застосуванням перфорації ручним способом.

**Наукова новизна.** На основі теоретичних досліджень систематизовано різновиди перфорації, способи її виготовлення. Виявлено специфіку та охарактеризовано можливі варіанти сучасних видів оздоблення та їх застосування в дизайн-проектванні колекцій моделей одягу.

**Практична значущість.** Розроблено художньо-проектні, конструктивно-технологічні рішення моделей одягу з використанням сучасного виду художнього оздоблення – перфорації. На основі творчого джерела – вітражів собору Нотр-Дам де Реймс розроблено авторські рисунки для перфорації, які використано при виготовленні колекції жіночого одягу з штучної шкіри.

**Ключові слова:** оздоблення одягу, перфорація матеріалів, декорування, модні тенденції.

#### **Вступ. Постановка завдання.**

Розширення обсягів масового виробництва одягу, швидкі темпи розвитку інформаційних технологій спричинили необхідність проектування виробів фешн-індустрії, які підкреслюватимуть індивідуальність людини, що є можливим у випадку використання сучасних методів оздоблення і декорування одягу. Використання сучасних видів художнього оздоблення одягу дає можливість підвищити конкуренто-спроможність виробів, урізноманітнити композиційно-конструктивні рішення, зробити образ споживача ексклюзивним і неповторним. Сучасні текстильні матеріали з вмістом синтетичних волокон дозволяють

використовувати інноваційні способи оздоблення, такі як лазерна перфорація, 3D друк, випалювання та інші. На світових подіумах в колекціях сучасних дизайнерів часто використовуються традиційні та інноваційні способи декорування одягу. Одним з актуальних видів сучасних технологій оздоблення є перфорація, яка досить часто використовується в колекціях останніх сезонів. Метою роботи є аналіз особливостей дизайн-проекткування колекцій жіночого одягу з використанням перфорації.

#### **Аналіз попередніх досліджень.**

Дослідження перфорації одягу виконано у роботах [1–4], особливості дизайн-проекткування колекції одягу з

використанням різних видів оздоблення розглянуто авторами [6, 7].

В статті [1] авторами розглянуто способи виконання перфорації в одязі, проведено теоретичні дослідження техніки гільйошування та описано етапи проектування та виготовлення колекції жіночого одягу, в якій запропоновано авторські засоби виготовлення оздоблення.

Кумпан Є.В. в статті [2] розглянула способи отримання прорізного оздоблення, що виконується автоматизованим та механічним способом. Автором розглянуто різні способи перфорації та гравіювання, автор показав, що кінцевий результат в даних техніках аналогічний, але відмінністю є застосування матеріалу, техніки виконання та інструментів.

В статті [3] розглянуто особливості технологічної підготовки штучних шкір до лазерної перфорації, розкрито особливості застосування спеціальної програми та лазерного інструменту, аргументовано переваги лазерної технології у виготовленні аксесуарів зі шкіри.

Артеменко М.П. [4] дослідила етапи виготовлення текстильної витинанки за рахунок використання пластики матеріалу та технологічно-конструктивних прийомів, введення швейної фурнітури, кольорових елементів, накладання на кольоровий фон, створення 3D-ефектів, нашарування елементів різного кольору. Також автор показав, що пластичні властивості текстильного матеріалу, а саме показники жорсткості впливають на декоративні особливості ажурного рисунку отриманого витинанням: змінюють пластику ліній, визначають конфігурацію контурів та напрямок їх розташування.

Авторами статті [5] проаналізовано тенденції моди в оздобленні одягу в колекціях кутюр та прет-а-порте, а також розроблено класифікацію видів перфорації на основі вивчення її генезису та еволюції.

Розглянуто традиційні та інноваційні технології виготовлення перфорації, в тому числі гільйошування. Досліджено історію техніки гільйошування та методи її виконання, розроблено алгоритм виготовлення одягу з обробкою даною технікою, виготовлено перфорацію на зразках одягу різними способами.

В статті [6] розглянуто актуальність використання техніки печворк на основі трансформації творчого джерела – перуанського національного костюму, а саме кольорових комбінацій, конструктивних рішень та поєднання різних за фактурою тканин. На основі теоретичного аналізу систематизовано інформацію щодо видів та технік печворк.

Авторами статті [7] розглянуто дизайн-проекування колекції жіночого одягу з використанням авторських принтів. Створено новий художньо-виразний текстильний матеріал із складною об'ємною фактурою та візерунчастими різнокольоровими принтами, виготовлено колекцію моделей одягу з цих матеріалів.

Таким чином, проведений аналіз показав, що різні автори розглядали в своїх роботах дизайн-проекування колекції одягу з використанням оздоблення, класифікували оздоблення, описували способи і технології перфорації на шкірі та інших матеріалах, але дизайн-проекування колекцій одягу з використанням перфорації потребує подальшого дослідження.

**Результати дослідження.** Для оздоблення одягу використовують як традиційні, давно відомі види декору, так і нові, нетрадиційні, пов'язані з властивостями конкретних матеріалів і з появою нових технологій виготовлення оздоблення. Мода постійно змінюється та розвивається, кожного дня виникають нові види оздоблення, матеріали, технології. Розглянувши модні тенденції сезону осінь-зима 2018-2019 можна визначити основні тренди: малі та середні об'ємні форми

одягу; вшивний, сорочковий, суцільнокроєний рукава та їх поєднання. Актуальним силуетом кілька сезонів поспіль залишається *oversize*, що за формою наближений до прямокутника за рахунок розширення плечового поясу. Також актуальними є силует зі згладженою лінією плеча – *hyperform*, що за геометричною формою нагадує овал, а також А-силует – щільноприлеглий на ділянці грудей та рівномірно розширений донизу. Одним з основних прийомів, за допомогою якого дизайнери досягають оригінальності виробу, є асиметрія, що проявляється у вигляді нерівного низу виробу, оголеного плеча, баски або пришитого лише з одного боку одягу волану, відсутності рукава, асиметричного коміра або кишені. В тренді залишається довжина міді, а також міні та довжина одягу до колін. Особливу увагу в цьому сезоні дизайнери приділили рукавам, яким відведено не лише практичну функцію, а й декоративну – для урізноманітнення композиційно-конструктивного рішення одягу. Актуальними є рукава незвичних об'ємних, збільшених форм: рукав «окорок» – пишний рукав в області плеча і вузький в області зап'ястя; рукав «дзвін» – вшивний розширений донизу рукав, що може бути довільної довжини; рукав «ліхтарик»; «крильце» тощо. Рукава «крильце» різняться своїми розмірами, довжиною і можуть бути короткими або подовженими, використовуваними матеріалами і виконаними з одного або кількох шарів тощо. Єпископський рукав є одним з актуальних в сезонах осінь-зима 2018-2019 (FW18/19) та весна-літо 2019 (SS19), його крій схожий з рукавом «дзвін», який оформлений вузькою манжетою. Важливим акцентом сучасної моди є декор, а саме вишивка, різноманітні рисунки на тканині, декоративні елементи, аплікації у вигляді геометричних візерунків, флористичних мотивів або тваринних принтів, бахрома,

мереживо тощо. Актуальні тенденції асортименту матеріалів цього сезону: натуральна та штучна шкіра, джинс, плівка, атлас, шовк, оксамит, трикотаж, замша, велюр. Кольорова гама досить різноманітна: домінуючими кольорами є нюдові відтінки, жовтий, фіолетовий, графітовий, темно-синій, шоколадний і темно-червоні відтінки. Одним з актуальних є колір металік з відтінком рожевого, синього, золотого та срібного. Моделі одягу відповідно до актуальних тенденцій моди надано на рис. 1.

Аналіз видів оздоблення показав, що їх можна розділити на плоске, об'ємне та додаткові аксесуари [8, 9]. Нами розглянуто актуальні різновиди плоского оздоблення цього сезону: аплікація, печворк, бахрома, вишивка, мереживо, перфорація; об'ємного оздоблення: буфи, волани, рюши тощо; додаткові аксесуари – краватки, шарфи, хустки, рукавички, біжутерія тощо. В основі техніки аплікації полягає отримання зображення шляхом вирізання, нашивання або наклеювання елементів на основу – фон, якою є тканина, шкіра, замша та інші матеріали. Техніка печворк містить сукупність різноманітних методів і прийомів поєднання клаптиків матеріалу однакової або різної геометричної форми, розміру, кольору, рисунку тощо для створення об'єктів дизайну: одягу, сумок тощо. Отримання бахроми можливе за допомогою лазера у шкіргалантерейних виробках або висмикуванням ниток на краях виробу. Не менш актуальною є вишивка – візерунки наносять на тканину за допомогою кольорових, золотих і срібних ниток, бісеру тощо. Новітні види оздоблення отримують за допомогою інноваційних пристроїв, а саме: лазерного друку, 3D друку тощо. Одним з актуальних видів оздоблення сьогодні є перфорація, яка дозволяє змінити структуру поверхні тканини та зробити різноманітні отвори, прорізи, дірки або візерунок на

текстильному матеріалі. Спочатку такий вид оздоблення як перфорація виник у виробках з натуральної шкіри, її використовували при виготовленні взуття та сумок з натуральної та штучної шкіри, проте сьогодні перфорацію використовують в сукнях, блузках, штанах та в іншому асортименті виробів. Проведений аналіз показав, що одяг з перфорацією досить часто зустрічається у колекціях українських дизайнерів. В колекції дизайнера

Litkovskaya представлено моделі з використанням перфорації (рис. 2, а). Бренд Pascal часто використовує перфорацію в своїх колекціях (рис. 2, б). Відомий український дизайнер Лариса Лобанова неодноразово в колекціях використовувала перфорацію для оздоблення суконь, жакетів, блузок (рис. 2, в). Юлія Поліщук в сезоні SS14 також представила кілька моделей суконь з перфорацією (рис. 2, г).



а б в г

**Рис. 1.** Сучасні тенденції моди в колекціях дизайнерів:

а – А-подібний силует, Giorgio Armani SS17; б – фантазійний рукав, Delpozo SS18; в – рюші, Diesel Black Gold SS17; г – колір металік, Paco Rabanne FW18 [10]



а б в г

**Рис. 2.** Моделі українських дизайнерів з використанням перфорації: а – Litkovskaya S/S18; б – Pascal SS14; в – LARISA LOBANOVA SS15; г – Юлія Поліщук SS14 [10]



Рис. 3. Моделі одягу зарубіжних дизайнерів з використанням перфорації: а – Chloé S/S14; б – Proenza Schouler SS16; в-г – Akris SS16; д – Elie Saab SS16; е – Valentino SS15; ж – Roberto Cavalli SS13 [10]

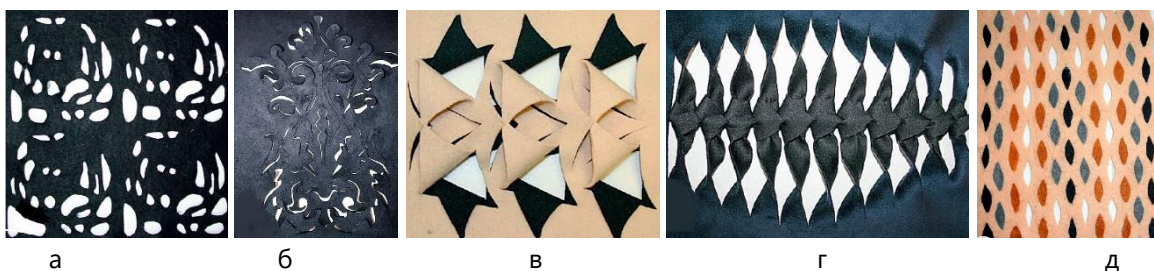


Рис. 4. Види перфорації: а – проста; б – неповна (часткова); в – багатшарова; г – з плетінням; д – з інкрустацією

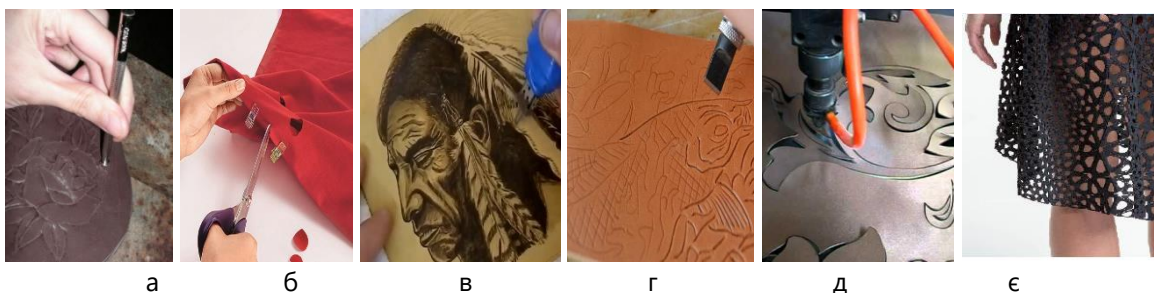


Рис. 5. Приклади виготовлення перфорації матеріалів різними способами: а – тиснення; б – ручна перфорація; в – пірографія; г – гравіювання; д – лазерна, е – 3D друк

Кілька сезонів поспіль Chloé випускають колекції з використанням перфорації. В сезоні SS14 представлено сукні з сітчастою перфорацією, яку утворено за допомогою таких геометричних форм, як коло та квадрат (рис. 3, а). Дехто з дизайнерів використовує перфорацію при створенні моделей одягу спортивного стилю. Наприклад, у Proenza

Schouler представлені сукні з блискавкою з малими круглими отворами (рис. 3, б), а у Akris представлені куртки та плащі з дрібною геометричною перфорацією (рис. 3, в), а також сумки (рис. 3, г). Використання перфорації у верхньому одязі – жакетах, піджаках, пальтах, куртках завдяки отриманим прорізам в матеріалі роблять вироби повітропроникними та дають

можливість носити такі вироби навіть влітку. Також в моделях Akris використано лазерну перфорацію в колекції сезону SS16,

що втілено в сукнях, спідницях, блузках та накидках (рис. 3, д).

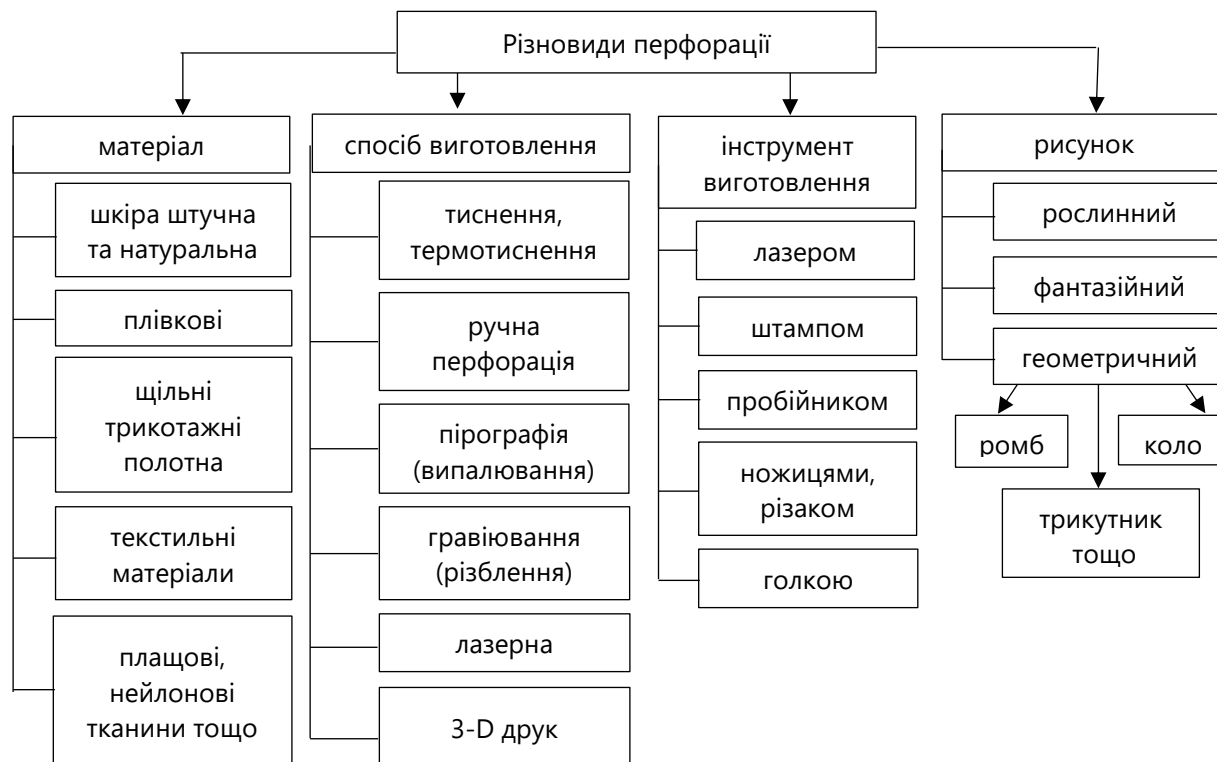


Рис. 6. Систематизація різновидів перфорації в одязі за різними ознаками

Також перфорацію часто поєднують з іншими видами оздоблення, наприклад комбінують з вишивкою, виготовляють по типу мережки, гіпюру тощо. Перфорацію виконують зазвичай на однотонних матеріалах, що дає можливість підкреслити рисунок цього виду оздоблення. Іноді моделі з перфорацією роблять з двох контрастних шарів матеріалу, що робить перфорований рисунок більш виразним. Так, вироби виготовляють з повністю перфорованих тканин, або частково, наприклад, перфорацію розташовують тільки на пілочки, спинці або рукавах виробу. Перфорацією може бути оздоблений низ виробу, рукава, край горловини, окремі конструктивно-декоративні елементи: комір і лацкани, кишені, манжети, планки, волани, рюші тощо. Перфорація завдяки своїм

метричним і ритмічними повторам є досить гармонійним видом оздоблення, що створює ніжні, нюансні композиційні рішення в одязі, тому найчастіше перфорацію застосовують для оздоблення виробів різного асортименту для жінок, а також для дітей. Перфорацію виконують на текстильних матеріалах з невеликою обсяпальністю, тому у виробах з перфорацією іноді роблять фігурний низ виробу. Проведені дослідження дали можливість розробити колекцію жіночого одягу з використанням перфорації. Творчим джерелом для створення колекції став готичний Кафедральний собор Нотр-Дам де Реймс, розташований у Франції [11] – один з найбільших, красивих та гармонійних соборів світу (рис. 7).

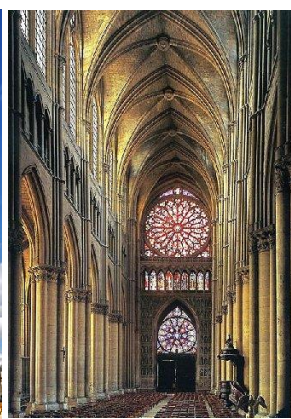
Таблиця 1

**Види рисунків для виконання перфорації в одязі**

Рисунок	Приклади рисунків перфорації				
Геометричний					
	круг	трикутник	ромб	прямокутник	сітка
Рослинний					
	квіти		дерева		листя
Фантазійний					

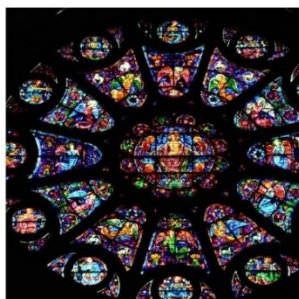
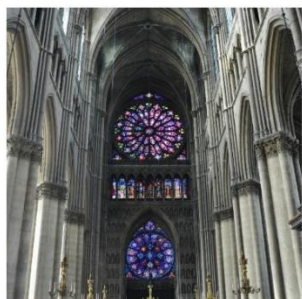


а



б

**Рис. 7.** Творче джерело колекції – собор Нотр-Дам де Реймс



**Рис. 8.** Трансформація творчого джерела в моделі одягу

Це один з найбагатших зразків готичного мистецтва, в якому поєднано роботи відомих архітекторів і скульпторів того часу. Особливе місце в інтер'єрі Реймського собору займають вітражі, виготовлені з XIII по XX ст. Автором частини вітражів є російський художник Марк Шагал. На центральному вітражі відображено два біблійних сюжети, на інших вітражах представлені епізоди з історії королів Франції. Сьогодні Нотр-Дам де Реймс повністю відтворений в тому вигляді, в якому його було задумано архітекторами XIII століття. Реймський собор включено в 1991 році до списку об'єктів Всесвітнього Спадку ЮНЕСКО.

Натхненням для створення колекції одягу з перфорацією стала архітектура собору, зокрема, ритм вітражів, форма вікон і дверей з вітражами. Портали та

вікна собору оздоблені кам'яними ажурними флеронами, стрілчасті кінці яких проникають в другий ярус, візуально ламаючи лінію карниза і межі між ярусами. Портали Реймського собору прикрашають круглі вітражі-рози, досить незвичайні композиції. Найбільша роза замінює традиційний скульптурний тимпан центрального portalу – заповнює охопленій широкою аркою центр другого ярусу [11].

На основі вітражів собору Нотр-Дам де Реймс розроблено візерунки для створення перфорації в колекції жіночих суконь. Трансформацію творчого джерела показано на рис. 8. Візерунки для виконання перфорації в колекції надано на рис. 9.



**Рис. 9.** Розроблені візерунки для виконання перфорації в колекції

Колекцію створено для жінок молодшої та середньої вікової груп віком 18-44 років, що проживають в великому місті, займаються творчою діяльністю, завдяки чому відвідують велику кількість

світських заходів, доповнюють свою індивідуальність вишуканими речами. Розроблена колекція складається з семи моделей суконь довжиною до лінії коліна та міні, які мають вшивний покрій рукава

типу дзвін та крильце, А-подібний силует, конструктивно-декоративні елементи: рюші, волани, баски тощо. Прості силуети моделей обрані тому, що оздобленням колекції є перфорація, яка доповнює просту лаконічну форму виробів.

Для створення прорізних візерунків перфорації обрано квіткові мотиви, їх виконано на рюшах, воланах, басках виробів. За основу композиції при створенні візерунку взято метричний порядок – повторення однакових рисунків через рівні інтервали. Перфорацію в

колекції виконано ручним способом. Для виготовлення обрано штучну шкіру кольору металік з срібним відтінком. Цей матеріал виглядає гармонійно в поєднанні з перфорацією, крім того має низьку обсіпальність зрізів, що відповідає вимогам для даного виду оздоблення. Ескізи колекції надано на рис. 10.

Колекцію «Fleurs sur le tissu» представлено в півфіналі міжнародного конкурсу молодих модельєрів-дизайнерів «Печерські каштани» у 2018 році.



Рис. 10. Ескізи колекції «Fleurs sur le tissu»

**Висновки.** Проаналізовано колекції сучасних українських та зарубіжних дизайнерів, вивчено сучасні тенденції моди та види перфорації в одязі. Систематизовано різновиди перфорації за типом використаних матеріалів, способом виготовлення тощо.

Встановлено, що перфорацію за способом отримання поділяють на такі види: тиснення та термотиснення, ручна перфорація, пірографія (випалювання), гравіювання (різблення), лазерна та

отримана в процесі 3D друку. На основі творчого джерела – собору Нотр-Дам де Реймс – розроблено авторські візерунки для перфорації одягу ручним способом, створено ескізи та виготовлено колекцію жіночих суконь з перфорацією.

Перспективами подальших досліджень є розгляд інноваційних різновидів перфорації, можливостей поєднання перфорації з іншими видами оздоблення при виготовленні колекцій одягу різного асортименту і призначення.

## Література

1. Крюкова Н.О., Бабушкина В. В. Разработка технологии отделки современной одежды на основе традиционных методов декорирования материалов. *Сервис в России и за рубежом*. 2014. № 1 (48). С. 95–103.

2. Кумпан Е.В. Интерпретация народного кружева в современной одежде с помощью лазерной перфорации и гравировки. *Вестник технологического университета*. 2015. Т. 18. № 10, С.136–138.

3. Хисамиева Л.Г., Лебедева М. А., Ситдикова Е. Р. Технологические особенности лазерной перфорации искусственных кож. *Вестник технологического университета*. 2017. Т. 20, В. 21. С. 73–74.

4. Артеменко М.П. Тенденції додаткового оздоблення текстильної витинанки в сучасному дизайні одягу. *Аркадія*. 2015. №1(44). С. 68-72.

5. Якунина А. В., Азизян И. А. Традиции и инновации в отделке современной одежды. *Концепт*. 2016. Т. 11. С. 3196–3200. URL: <http://e-koncept.ru/2016/86675.htm>.

6. Сіндарова Л.Р., Приходько-Кононенко І.О., Колосніченко О.В., Остапенко Н.В. Дизайн-проекування колекції жіночого одягу з використанням техніки печворк. *Art and Design*. 2018. №2. С.66–73. DOI:10.30857/2617-0272.2018.2.8.

7. Верба С.В., Луцкер Т.В., Остапенко Н.В., Антоноженко А.Ю., Авраменко Т.В. Дизайн-розробка колекції жіночого одягу з використанням авторських принтів. *Art and Design*. 2018. №1. С.114–128. DOI:10.30857/2617-0272.2018.1.11.

8. Колосніченко М.В., Пашкевич К.Л. Мода і одяг. Основи проектування та виробництва одягу: навч. посібник. К: КНУТД, 2018. 236 с.

9. Малинська А.М., Пашкевич К.Л., Смирнова М.Р., Колосніченко О.В. Розробка колекцій одягу. К.: ПП «НВЦ Профі». 2018. 140 с.

10. Офіційний сайт журналу «VOGUE» URL: <https://www.vogue.ru/fashion> (дата звернення: 10.08.2018).

11. Реймський собор. URL: <http://frenchtrip.ru/regions/champagne-ardenne/reims/dostoprimechatelnosti-reymisa/tserkvi-reymisa/reymsskiy-sobor> (дата звернення: 10.08.2018).

12. Котенкова З.П. Выжигание по ткани. Изделия в технике гильоширования. Ярославль: Академия холдинг. 2002. 88 с.

## References

1. Krjukova, N. O., Babushkina, V.V. (2014). Razrabotka tehnologii otdelki sovremennoj odezhdy na osnove tradicionnyh metodov dekorirovaniya materialov [Development of technology for finishing modern clothes based on traditional methods of decorating materials]. *Servis v Rossii i za rubezhom* [in Russian].

2. Kumpan, E.V. (2015). Interpretaciya narodnogo kruzheva v sovremennoj odezhde s pomoshh'ju lazernoj perforacii i gravirovki [Interpretation of folk lace in modern clothes using laser perforation and engraving]. *Vestnik tehnologicheskogo universiteta* [in Russian].

3. Hisamieva, L.G., Lebedeva, M.A., Sitdikova, E.R (2017). Tehnologicheskie osobennosti lazernoj perforacii iskusstvennyh kozh [Technological features of laser perforation of artificial leather]. *Vestnik tehnologicheskogo universiteta* [in Russian].

4. Artemenko, M.P. (2015). Tendentsii dodatkovoho ozdoblennia tekstylnoi vytynanky v suchasnomu dyzaini odiahu [Trends in the additional decoration of textile yarn in the modern design of clothing]. *Arkadiia* [in Ukrainian].

5. Jakunina, A.V., Azizjan, I.A. (2016). Tradicii i innovacii v otdelke sovremennoj odezhdy [Traditions and innovations in the decoration of modern clothing]. *Koncept* [in Russian]. URL: <http://e-koncept.ru/2016/86675.htm>.

6. Sindarova, L.R., Prykhodko-Kononenko, I.O., Kolosnichenko, O.V., Ostapenko, N.V. (2018). Dyvain-proektuvannia koleksii zhinochoho odiahu z vykorystanniam tekhniki pechvork [Design of women's clothing collection by using pechwork technology]. *Art and Design* [in Ukrainian].

7. Verba, S.V., Lutsker, T.V., Ostapenko, N.V., Antonuzhenko, A.Yu., Avramenko, T.V. (2018). Dyvain-rozrobka koleksii zhinochoho odiahu z vykorystanniam avtorskykh pryntiv [Design and development of women's clothing collection using author's prints]. *Art and Design* [in Ukrainian].

8. Kolosnichenko, M.V., Pashkevych, K.L. (2018). Moda i odiah. Osnovy proektuvannia ta vyrobnytstva odiahu [Fashion and clothing. The basics of designing and making clothes]. Kyiv: KNUTD [in Ukrainian].

9. Malynska, A. M., Pashkevych, K. L., Smyrnova, M. R., Kolosnichenko, O. V. (2018). Rozrobka kolektsii odiahu [Development of clothing collections]. Kyiv: PP NVTs Profi [in Ukrainian].

10. Oficial'nyj sayt zhurnala «VOGUE» [Site of journal «VOGUE»]. URL: <https://www.vogue.ru/fashion> [in Russian].

11. Reimsskyi sobor [Reims Cathedral]. URL: <http://frenchtrip.ru/regions/champagne-ardenne/reims/dostoprimechatelnosti-reymsa/tserkvi-reymsa/reymsskiy-sobor> [in Russian].

12. Kotenkova, Z.P. (2002) Vyzhiganie po tkani. Izdeliia v tekhnike gil'oshirovaniia. [Burning process. Guilloche]. Moskow: Akademiia Razvitiia Publ. [in Russian].

## ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОЛЕКЦИИ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПЕРФОРАЦИИ

ПАШКЕВИЧ К.Л., КРЕДЕНЕЦ Н.Д., ПОСТЕЛЬНЯК А.В., КИНЧИНА О.М.

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**Цель.** Определение особенностей дизайн-проектирования творческой коллекции женской одежды с использованием декоративной отделки – перфорации.

**Методика.** Использован комплексный подход, метод системно-структурного и морфологического анализа исходного объекта исследования с последующим его синтезом на основе полученных данных.

**Результаты.** Выполнен анализ дизайн-проектирования коллекций одежды с различными видами современной отделки, проанализированы коллекции современных украинских и зарубежных дизайнеров с целью определения современных методов выполнения перфорации в одежде и современных тенденций моды. Дана обобщенная систематизация видов перфорации по разным признакам, на основе чего разработана актуальная коллекция женской одежды с применением перфорации ручным способом.

**Научная новизна.** На основе теоретических исследований систематизированы виды перфорации, способы ее изготовления. Выявлена специфика и охарактеризованы возможные варианты современных видов отделки и их применение в дизайн-проектировании коллекций моделей одежды.

**Практическая значимость.** Разработаны художественно-проектные, конструктивно-

## DESIGNING OF WOMEN'S CLOTHING COLLECTIONS WITH PERFORATION

PASHKEVICH K.L., KREDENETS N.D., POSTELNIAK A.V., KINCHYNA O.M.

*Kyiv National University of Technologies and Design*

**Purpose.** Determination of features design features of the creative collection of women's clothing using decorative finishes – perforations.

**Methodology.** The complex approach of the system-structural method and the morphological analysis of the initial object of the investigation with its subsequent synthesis on the basis of the obtained data is applied.

**Results.** The analysis of the design of clothing collections with various types of modern finishes is carried out, collections of modern Ukrainian and foreign designers are analyzed with the purpose of determining modern methods of production of perforation in clothes and modern fashion trends. The drawings for perforation in clothes and ways of its combination with other types of decoration of the clothing surface are considered. A classification of the types of perforations and methods of its production has been developed, on the basis of which an actual collection of women's clothing with manual perforation has been developed.

**Scientific novelty.** On the basis of theoretical studies, the types of perforation, the methods of its production, are systematized and the principles of application modern types of decoration in the design of new collections of clothes are proposed.

**Practical significance.** Artistic-design, constructive-technological decisions of models using a modern type of decoration –

технологические решения моделей одежды с использованием современного вида художественного оформления – перфорации. На основе творческого источника – витражей собора Нотр-Дам де Реймс разработаны авторские рисунки для перфорации, которые использованы при изготовлении коллекции женской одежды из искусственной кожи.

**Ключевые слова:** отделка одежды, перфорация материалов, декорирование, модные тенденции.

perforations. Based on the creative source – the stained glass windows of the Notre-Dame de Reims cathedral, author's drawings for perforation have been developed and a collection of women's clothing made of imitation leather of metallic color with manual perforation has been made.

**Keywords:** decorating clothes, perforation of materials, collection of clothes, fashion trends.

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРІВ:

**Пашкевич Калина Лівіанівна**, д-р. техн. наук, доцент, професор кафедри ергономіки і проектування одягу, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-6760-3728, Scopus 57191851112, **e-mail:** kalina.pashkevich@gmail.com

**Креденець Неля Дмитрівна**, д-р. пед. наук, доцент, директор Львівського коледжу індустрії моди КНУТД, професор кафедри ергономіки і проектування одягу, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-0221-9017, **e-mail:** ldtlp@mail.lviv.ua

**Постельняк Анастасія Віталіївна**, магістр, ORCID 0000-0003-0709-9296, **e-mail:** stawa@i.ua

**Кінчина Ольга Михайлівна**, магістр, ORCID 0000-0002-6151-019X, **e-mail:** happyfoxolya@gmail.com

[https://doi.org/  
10.30857/2617-  
0272.2018.3.11](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.11)

**Цитування за ДСТУ:** Пашкевич К.Л., Креденець Н.Д., Постельняк А.В., Кінчина О.М. Дизайн-проектування колекції жіночого одягу з використанням перфорації. *Art and design*. 2018. №3. С. 120-131.

**Citation APA:** Pashkevich, K.L., Kredenets, N.D., Postelniak, A.V., Kinchyna, O.M. (2018) Designing of women's clothing collections with perforation. *Art and design*. 3. 120-131.

УДК  
687.016 (477) (092)

DOI:10.30857/2617-  
0272.2018.3.12.

НІКОЛАЄВА Т.В., КОКОРИНА Г.В.  
Київський національний університет технологій та дизайну

## ТВОРЧА БІОГРАФІЯ ДИЗАЙНЕРА ВОЛОДИМИРА НЕСМІЯНА: МІЖ ПАМ'ЯТТЮ ТА СВОБОДОЮ

**Мета.** Систематизувати факти біографії відомого українського дизайнера В. У. Несміяна, визначити його роль в становленні української моди другої половини ХХ ст., проаналізувати організаційні проекти та естетичні погляди.

**Методика.** Використано методи історико-хронологічного та компаративного аналізу, систематизації візуальних джерел, метод інтерв'ю. Матеріал дослідження склали ескізи та фотографії з особистого архіву В. Несміяна, періодичні видання 1950–1990-х років, записи інтерв'ю з В. Несміяном та його співробітниками.

**Результати.** Зібрано та проаналізовано з наукової точки зору інформацію про діяльність видатного українського дизайнера та винахідника В. У. Несміяна, структуровані результати його творчого спадку. Творчу біографію розглянуто в хронологічному аспекті: послідовно викладено факти професійної діяльності, описана мотивація та результати дослідницької діяльності, проаналізована сутність його організаційних та педагогічних проектів. Професійну біографію дизайнера розглянуто в контексті специфіки проблем української моди ХХ століття.

**Наукова новизна** полягає у проведенні вперше систематизації фактів творчої біографії українського дизайнера В. У. Несміяна, визначенні ролі його творчих здобутків в розвитку української моди.

**Практична значущість** полягає в тому, що зібрана інформація може бути використаною як складова української історії моди та для подальших досліджень історії та теорії моди ХХ ст. Практичні напрацювання В. У. Несміяна можуть бути задіяні в процесі проектування сучасного одягу, враховуючи зростаючий попит на виготовлення оригінальних моделей за індивідуальними замовленнями для українських споживачів.

**Ключові слова:** біографія дизайнера, дизайнер Володимир Несміян, історія моди ХХ ст., українська мода, жилетно-макетний метод, творча діяльність.

**Вступ.** Володимир Несміян – видатний український дизайнер, винахідник, організатор нових форм виробництва та педагог. Майже все життя Володимира Ульяновича було присвячено розвитку української моди та розповсюдженню інноваційних методів моделювання костюма. З огляду на необхідність систематизації знань про вітчизняний дизайн, надзвичайно важливим сьогодні є наукове осмислення історії моди в Україні. Враховуючи видатний внесок Володимира Несміяна в теорію та практику дизайну костюма другої половини ХХ ст., аналіз його діяльності представляє цінність як для

фахівців індустрії моди, так і для широкого кола споживачів модної продукції та шанувальників мистецтва дизайну костюма.

Всю інформацію про Володимира Несміяна, яка накопичена на даний час, можна поділити на три типи: по-перше, це численні статті в газетах та журналах 1960–2000 років [2, 4, 5, 6, 14]; по-друге – публікації В. У. Несміяна, здебільшого методичного характеру [3, 11]; по-третє – авторські права та патенти В. У. Несміяна [1, 7, 12, 13]. Цікавими, в контексті даного дослідження, слід вважати перші спроби аналізу історії моди в Україні [9, 10, 15], а також системні дослідження з теорії

світової моди ХХ ст. [8, 16]. Що стосується персональних творчих біографій українських дизайнерів, слід зазначити: на сьогоднішній день існують тільки окремі статті в популярних та спеціалізованих виданнях, а також публікації рекламного характеру. Що представляє собою творча біографія дизайнера з позицій сучасного мистецтвознавства? Вона повинна ґрунтуватися на достовірній інформації, яка стосується професійної діяльності та особистого життя, бути візуалізованою і підтвердженою документально (рис. 1). Цінним джерелом створення творчого портрету дизайнера є також зафіксовані інтерв'ю з ним, знайомство з авторськими ескізами та моделями одягу, проте найбільш важливим в дослідженнях такого типу є вміння співвіднести отримані матеріали з загальними, найбільш актуальними тенденціями в культурі, мистецтві та моді.

**Постановка завдання.** Визначення ролі відомого дизайнера одягу Володимира Уляновича Несміяна в становленні української моди, систематизація його винаходів, аналіз естетичних поглядів та організаційних проектів.

**Результати дослідження.** Професійна біографія Володимира Уляновича Несміяна починалася в суворі часи. Він народився у 1931 р. у с. Стайки Кагарлицького району Київської області. Перша робітнича спеціальність була отримана в ремісничому училищі незабаром після закінчення війни. Володимир Несміян з вдячністю згадував свій перший досвід робочого 5-го розряду, який дозволив йому освоїти технічне креслення і навчитися перетворювати тривимірні проєкції складних пристроїв в

реально працюючі механізми. Там же, в училищі, він виконав перші олівцеві портрети з натури, в результаті чого викладачі скерували його для навчання в художнє училище. Але час був важким: батько загинув на фронті, мати виховувала чотирьох дітей, вчитися було ніколи. Одна з сестер В. У. Несміяна працювала швачкою в ательє (тоді їх називали артілями), куди Володимир Несміян приніс свої малюнки, в результаті чого його прийняли на роботу. Саме тут почалася його яскрава і стрімка творча кар'єра. Змінивши метал на тканину, вже через три місяці він виготовив свій перший чоловічий костюм і в 1948 р. офіційно став «чоловічим майстром». Самостійно засвоївши різні «системи крою» за підручниками Ф. А. Постнікова, М. В. Ручкіна і М. І. Царьова, молодий майстер вже тоді зрозумів, що ці методики придатні тільки для промисловості, масового виробництва стандартизованого одягу. Індивідуальний пошив – це мистецтво створення унікальної моделі для конкретного замовника, і тут потрібні особливі підходи. В ході засвоєння цього мистецтва Володимир Несміян познайомився з Юрієм Володимировичем Маєвим, який став його найбільш шанованим учителем (рис. 2). З 1949 р. вони працювали разом в ательє, яке розташовувалося на вулиці Садовій, буд. 1. За спогадами Володимира Несміяна, Ю. В. Маєв був визначним майстром кравецького мистецтва, віртуозно володів формою, акцентуючи увагу на конструкції одягу. Здобувши освіту в Німеччині, у 1930-ті рр., він переїхав до Радянського Союзу і після одинадцяти років роботи в м. Харкові почав працювати у м. Києві.

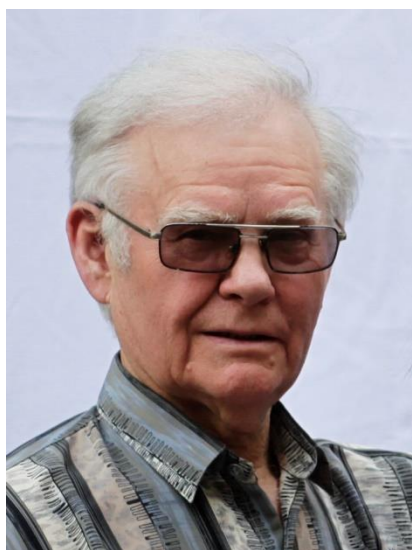


Рис. 1. В. У. Несміян. Фотографія 2016 року



Рис. 2. Бригада Ю. В. Маєва., 1951 рік. Ю. В. Маєв – по центру нижнього ряду; В. У. Несміян – крайній справа верхнього ряду

У 1950-ті роки в Україні змінилася структура системи індошиву, на зміну артілям прийшли ательє і «райпромкомбінати», тобто фабрики з пошиття одягу за індивідуальними замовленнями. У Києві таких фабрик було три: № 1, № 2 і № 3, і ще подібні фабрики були створені у м. Одесі, м. Львові та м. Запоріжжі. Для обслуговування цих нових структур в м. Києві відкрили спеціальні курси для закрійників. Закінчивши курси в 1956 р. і отримавши кваліфікацію модельєра-закрійника, Володимир Несміян продовжив професійну діяльність на фабриці індошиву і ремонту одягу № 3 (м. Київ, вул. Софіївська, 12), де згодом став бригадиром, а потім головним художнім керівником.

Центром моди в Україні тоді був Київський Будинок моделей одягу (КБМО), створений у 1944 р., який регулярно проводив конкурси майстерності по виготовленню одягу для закрійників. Такі конкурси тоді компенсували брак кваліфікованих кадрів і дозволяли виявляти таланти; моделі одягу закрійників – переможців конкурсу впроваджувалися у виробництві. У 1958 р. Володимир Несміян показав свою творчу колекцію у КБМО і отримав першу премію. Частина моделей з цієї колекції (рис. 3) взяла участь в Брюссельській виставці «ЕКСПО-1958» (Бельгія, м Брюссель) та була показана на Марсельському міжнародному ярмарку у 1959 р. (Франція, м. Марсель).



Рис. 3. Моделі В. У. Несміяна з альбому «Моды», 1959 рік

З кінця 1950-х років Володимир Несміян щорічно приймав участь у спеціалізованих методичних нарадах, які проводив Загальносоюзний Будинок моделей одягу (м. Москва). Він привозив на наради нові українські колекції, особисто коментуючи їх показ. На батьківщину В.У. Несміян повертався з матеріалами про напрями моди та нові технології. У Загальносоюзному Будинку моделей одягу була велика бібліотека, де знаходились кращі вітчизняні та зарубіжні журнали, книги з історії костюма – все це було доступним для фахівців, які приїжджали сюди з усього Радянського Союзу. В Україні кращі зарубіжні журнали мод надсилались до Державної науково-технічної бібліотеки України, і доступ до них був обмежений. В. У. Несміян домовився з керівництвом бібліотеки про те, щоб нові журнали, які щойно надійшли, потрапляли спочатку до фахівців, його колег, для аналізу, фотографування та формування сучасних тенденцій в українській промисловості.

1960-ті роки стали для Володимира Несміяна переломними. Будучи фахівцем високого рівня, він став замислюватися над проблемою модернізації всієї галузі індивідуального виготовлення одягу, в якій повинні бути регулярні покази нових колекцій, свої друковані видання, школа манекенниць. Його моделі, створені на основі особистого досвіду та інтуїції, бездоганно відповідали фігурі замовника. Але як зробити, щоб також ефективно працював весь колектив? Як пояснити колегам свої прийоми і методи? Відповідаючи на ці питання, Володимир Улянович, перш за все, зрозумів, що необхідно самому здобути вищу художню освіту. Він вступив на вечірнє відділення Українського поліграфічного інституту імені Івана Федорова (м. Київ) і в 1969 р. отримав кваліфікацію художника-графіка. Інше важливе питання, над яким замислювався дизайнер, – це створення системи

підготовки і зростання професіоналізму закрійників і художників. Обдарованих працівників направляли на навчання до Київського технікуму легкої промисловості (нині Київський коледж легкої промисловості) або до Київського художньо-промислового технікуму (нині Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука).

Вищої освіти для модельєрів, які працюють в умовах виробництва, тоді в Україні ще не було. Людмила Олександрівна Авілкова, наприклад, почала працювати на фабриці індпошиву одягу № 3 в якості інженера-технолога після закінчення Київського технологічного інституту легкої промисловості (нині Київський національний університет технологій та дизайну). Але згодом вона успішно виконувала роль художника-модельєра, а в 1980-ті роки стала керівником Центру розвитку моди (м. Київ). У числі інших талановитих модельєрів, які навчалися у В. У. Несміяна, були Тетяна Бачуро, Тетяна Шевель, Людмила Єрмоленко, Ольга Нефьодова.

Знаковою була тема дипломної роботи Володимира Уляновича – проект модного журналу (рис. 4). Важливо відзначити, що в Україні тоді назріла необхідність створення якісного «глянцевого» журналу мод, поряд з каталогами, альбомами та брошурами, які видавалися раніше. І такий журнал був створений за ініціативою В. У. Несміяна та перших його редакторів – Н.М. Кіллерог і Н.П. Шевченко. Він називався «Краса і мода», його перший номер був виданий навесні 1970-го року видавництвом «Реклама» (м. Київ). Для Володимира Несміяна журнал був важливий тим, що споживач системно отримував різноманітну інформацію не тільки про модні тенденції, але й культуру споживання

модної продукції, дізнавався про авторів моделей одягу.

Назріло й інше актуальне питання про створення спеціалізованого будинку моделей. В 1969 році був створений Республіканський Будинок моделей Міністерства побутового обслуговування населення УРСР (м. Київ, вул. Артема, 15). Володимир Несміян довгий час був художнім керівником цього Будинку моделей, головним завданням якого було впровадження нових виробів і прогресивних технологій в систему індошвику по всій Україні. В структурі Будинку моделей були не тільки швейні цехи, а й трикотажні, взуттєві та шкіргалантерейні, що дозволяло формувати комплексні перспективні колекції. Будинок моделей регулярно проводив покази, семінари, видавав каталоги нових моделей одягу. Він залишався важливою ланкою всієї республіканської системи індошвику до середини 1990-х років, на його базі формувалися інші структури – будинки побуту «Оболонь», «Молодіжний», курси підвищення кваліфікації, Центр розвитку моди. Універсальним інструментом пропаганди моди завжди були покази колекцій одягу. Відзначимо, що професійних манекенниць в Радянській Україні довго не готували, запрошували так званих демонстрантів, яких прирівнювали до робітничих професій. Ще на початку 60-х років, коли до Києва приїздили італійці з показом колекції одягу «для простих людей», В. У. Несміян звернув увагу на структуру показу, якість музичного супроводу та пластику рухів манекенниць. Слід сказати, що Несміян виступав в якості демонстранта, працюючи ще у Ю. В. Маєва, чому сприяли його зовнішні дані, захоплення спортом і танцями. У пошуках демонстрантів для фабрики індошвику Володимир Несміян відвідував балетну школу і театральний інститут. Жанну Марчевську, одну з перших українських

професійних манекенниць, В. У. Несміян помітив ще школяркою, і тоді, звернувшись до директора школи, він отримав дозвіл запросити дівчинку на роботу (рис. 5). Згодом в системі побуту з'явилися й успішно працювали такі манекенниці як Олена Боженова, Людмила Шишлова, Олена Боголепова.

Для підготовки показів в 1970–1980 рр. запрошували відомих композиторів, зокрема Леоніда Сухорукова, який монтував фрагменти музичного супроводу. Балетмейстер Олексій Біткіне режисировав покази, опрацьовуючи малюнок виходів і «розводку» демонстрантів. В результаті покази перетворювалися в яскраві видовищні вистави, які готували раз на рік і демонстрували по Україні, всьому Радянському Союзу та за кордоном.

Нами досліджено масив інформації про творчу спадщину В.У. Несміяна, який можна розділити на три групи: конструкторсько-технологічні розробки, авторські колекції одягу та організаційні проекти.

Безумовно, одним з головних надбань цього відомого дизайнера були пошук і підбір кваліфікованих кадрів та навчання фахівців мистецтву командної роботи. Успішно вирішивши необхідні організаційні завдання, в 1970–80-ті роки В.У. Несміян також займався складними конструкторськими і технологічними проблемами та питаннями вдосконалення методик конструювання одягу. Доцільно зупинитись на історії та осмисленні найважливіших винаходів В. У. Несміяна в цій галузі.

В 1960-ті роки Володимир Несміян апробував свою оригінальну систему розрахунку креслень конструкції одягу різних покроїв, свою методику побудови лінії пройми і розрахунку балансу плечових виробів. У 1962 році він розробив оптимальну таблицю градації лекал для розмірів від 40-го до 62-го. Поштовхом для

модернізації методики отримання розмірних ознак фігури людини стало відрядження до Франції в 1971 році. Під час відвідування великого магазину одягу йому довелося спостерігати, як продавець, одягнувши костюм на покупця, заколював булавками надлишки тканини, намагаючись досягти ідеальної посадки одягу. Перекладач роз'яснив В.У. Несміяну, яким чином фіксуються величини цих надлишків і як вони передаються на фабрику, в результаті чого через два дні клієнт отримує готовий костюм. Так народилася ідея створення вимірювального жакету (рис. 7), сутність якого зводилася до розробки системи точної фіксації

індивідуальних розмірних ознак замовника і виготовлення одягу без традиційних примірок. Інструментом для зняття розмірних ознак став жилет (в авторському свідоцтві його названо «жакет»), розділений на конструктивні ділянки, що з'єднувалися за допомогою вимірювальних стрічок. Стрічки мали нульові позначки, а система застібок дозволяла закріпити на фігурі замовника ці стрічки, домагаючись необхідного прилягання, а далі – фіксувати на вертикальних і горизонтальних лініях провідні розмірні ознаки фігури. В якості застібок спочатку використовувалися гачки, пізніше – текстильна застібка.



Рис. 4. Ескіз для обкладинки журналу мод (з дипломної роботи В. Несміяна), 1969 р.



Рис. 5. Манекенниця Жанна Марчевська, модель В. Несміяна, 1965 р.



Рис. 6. Ескізи моделей В. Несміяна, 1980-ті рр.



Рис. 7. Вимірювальний жіночий жакет В. Несміяна

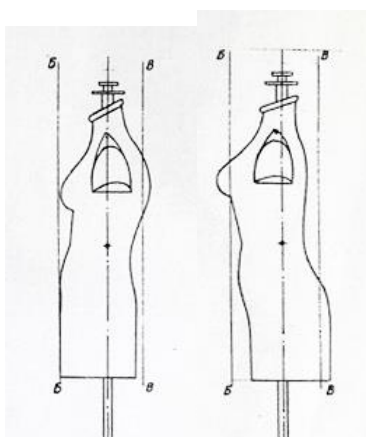


Рис. 8. Манекен В. Несміяна, який трансформується

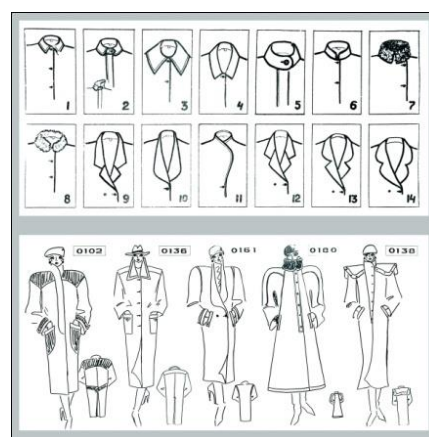


Рис. 9. Варіанти оформлення конструктивних вузлів та макети жіночих пальт (замальовки В. Несміяна)

До розробки перших варіантів чоловічого жилета В. У. Несміян залучив молодого закрійника Михайла Львовича Вороніна. Обидва майстри удосконалили жилет, кожен по-своєму, і навіть проводили публічні змагання в рамках методичних нарад, які проводив Республіканський Будинок моделей побуту. Популяризація жилета виявилася успішною завдяки творчому тандему, в якому Володимир Несміян виступав в якості генератора ідей і винахідника, а Михайло Воронін – прагматик і організатора. В 1982 р. було оформлено спільне авторське свідоцтво на винахід [1], а пізніше В.У. Несміян створив більш складний варіант жіночого вимірювального жакету [13], а також манекен, що трансформується (рис. 8) і дозволяє, завдяки вбудованому механізму, моделювати поставу потенційного клієнта [12].

Важливо підкреслити, що вимірювальний жакет – це тільки частина системи роботи з індивідуальними замовниками, яку налагодив В.У. Несміян. Перш за все, було розроблено не один жакет, а п'ять, які охоплювали розміри від 40 до 60, незалежно від повноти. Крім того, були виготовлені макети виробів модних форм, які пропонували клієнтам приміряти, обрати оптимальний варіант і обговорити варіанти покрою рукава і оформлення інших вузлів виробу (рис. 9). Зокрема, жінки могли приміряти один з десяти макетів класичних пальт і пальт перспективних силуетів. Для всіх варіантів моделей і розмірів В.У. Несміян розробив спеціальні таблиці, що дозволяли створити остаточні лекала. Таким чином, закрійники були забезпечені готовими лекалами замість системи крою, причому пілочки, спинки і рукава розташовувалися в закрійному цеху окремо, але так, щоб їх можна було комплектувати в потрібній комбінації. Всю цю систему прийомів, яка дозволяла точно підігнати моделі до фігури з першої

примірки, В.У. Несміян назвав «жилетно-макетним» методом. З огляду на те, що всі варіанти оформлення горловини, застібок, кишень і інших вузлів виробу в системі Володимира Несміяна були уніфіковані, а базові моделі певним чином закодовані, система дозволяла перейти на цифрові методи обробки даних та комп'ютерне проектування нових моделей. І дійсно, в середині 1980-х років Володимир Улянович Несміян, спільно з групою програмістів і при особистій підтримці Володимира Щербицького, першого секретаря ЦК Компартії України, одним з перших в швейній галузі почав комп'ютеризацію процесу виготовлення одягу. Проект передбачав розширити масштаби жилетно-макетного методу і фактично перевести індпошив у формат індустриального виробництва, але ці наміри залишилися нереалізованими.

Значно більш успішний і важливий для швейної галузі проект Володимира Уляновича Несміяна – це школа для закрійників і конструкторів, створена на базі Республіканського Будинку моделей побуту. Вона існувала в 1980-ті роки під кураторством Міністерства побутового обслуговування населення УРСР. Ці курси, які були розраховані на півтора місяця, фахівці називали «Школою Несміяна». Сюди приїжджали фахівці з усієї України та інших республік Радянського Союзу. Освоївши жилетно-макетний метод і інші тонкощі ремесла, вони отримували готовий вимірювальний жакет і методичні рекомендації по роботі з ним. Паралельно В.У. Несміян проводив майстер-класи в Москві, де він знайомився з провідними фахівцями і, зокрема, одержав підтримку таких вчених в галузі проектування одягу як Е. Б. Коблякова і Т. В. Козлова.

У 1980-ті роки, коли вітчизняний ринок товарів легкої промисловості був досить насичений з точки зору кількості споживчих товарів, надзвичайно

загострилась потреба в підвищенні їх якості. Радянський формат «менеджменту» мав свою специфіку: декларувалася завдання максимального задоволення попиту населення, але в умовах відсутності реальної конкуренції і матеріальної зацікавленості працівників підприємств подібне завдання вирішувалася складно. Будинки моделей розробляли нові колекції, а фабрики ухилялися від їх впровадження, оскільки це вимагало додаткових зусиль, а в пріоритеті залишався план по кількості. Впровадження якісних і модних виробів гальмувала також інертність системи планування і жорсткі нормативи якості. Крім того, на художніх радах, які затверджували впровадження нових моделей, завжди були присутні некомпетентні чиновники і представники торгівлі, для яких головним аргументом було власне бачення моди. В таких умовах система індпошиву виявлялася більш гнучкою, ніж промислове виробництво, а залежність від замовників і миттєвий зворотній зв'язок дозволяли створювати вироби значно складніші, якісні і більш модні, ніж у масовому пошитті. В. У. Несміян це вмів використовувати, його неймовірна працездатність, ентузіазм і відкритість – це феномен, який дозволяв здолати об'єктивні протиріччя соціалістичного способу виробництва модних товарів.

Несміян В. У. став одним з тих дизайнерів, які витримали випробування 1990-х років, коли відбувалося повне переформатування економіки. Деякий час він співпрацював з фірмою «Любава», генеральним директором якої була Любов Вовченко. З новими колекціями вони вийшли на вітчизняний ринок і на ринки

США, Європи, країн СНД (рис. 10), але в питаннях укладення комерційних контрактів Володимир Улянович діяв обережно, розуміючи, що в Україні вже порушені існуючі технологічні ланцюжки. Від різних зарубіжних компаній надходили пропозиції щодо виготовлення пальт і костюмів, але Володимир Несміян добре розумів, що український текстиль не відповідав світовим стандартам якості, а рівень організації виробництва, технологічні регламенти та відповідальність перед партнерами значно відставали від західних. Укласти договір і не виконати його – така ситуація для В.У. Несміяна була неприйнятною. Можливо, подібна обережність і стала причиною недовговічності його участі в діяльності швейного підприємства «Любава». Одним з успішних проектів тих років для Володимира Несміяна була розробка парадної форми для українських спортсменів – учасників зимової Олімпіади 1994 р. (м. Лілехаммер, Норвегія).

Засновник та організатор вітчизняної модної індустрії, Володимир Улянович Несміян пішов з життя у травні 2017 року. Сьогодні одна з його дочок Ірина Пожилова та її син Гліб Пожилов продовжують сімейну справу на підприємстві «Несміян & дочка», яка була започаткована Володимиром Несміяном. Бренд займається розробкою, виготовленням і реалізацією сучасних моделей жіночого одягу. Головна особливість моделей полягає в тому, що кожна з них виготовляється за авторськими конструкціями Володимира Несміяна, а основний акцент зроблений на одязі класичного стилю (рис. 11).



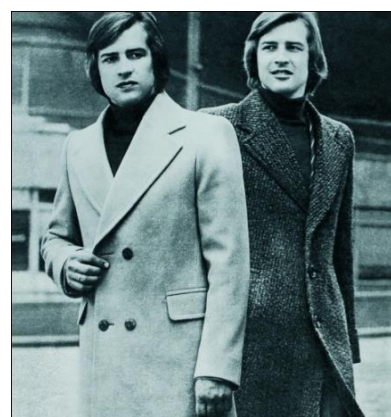
**Рис. 10.** В. Несміян та Л. Вовченко на виставці моделей фірми «Любава» в США. 1994 р.



**Рис. 11.** Моделі фірми «Несміян & дочка», 2016 р.

Володимир Улянович був удостоєний таких почесних нагород як Орден Трудового Червоного Прапора, «Майстер Золоті руки», він був лауреатом численних конкурсів моделей сучасного одягу, але сьогодні ми можемо оцінювати не тільки його практичні успіхи, винаходи і заслуги. Не менш важливими представляються ідеологічні та естетичні аспекти його творчості.

З юності він мріяв, щоб вітчизняна мода виростала не із зарубіжних журналів мод, а з національних коренів, причому національну українську культуру він трактував широко, включаючи сюди і споконвічні селянські традиції, і властивий корінним киянам стиль одягу – стриманий, делікатний, і дещо консервативний (рис. 12).



**Рис. 12.** Моделі В. Несміяна 1970–1980-х років з журналу «Краса і мода»

Несміян В.У. був противником вульгарно трактованої фольклоризації моди в 1960-х рр., а в своїх колекціях 1970–1980-х він відштовхувався від історичних та літературних образів: Роксолани, княгині Ольги, Катерини (героїні поеми Т. Г. Шевченка). Разом з тим, Володимир Улянович чуйно сприймав нові тенденції

моди, нові трактовки краси та елегантності. В цьому вмілому балансуванні між класикою і новаторством, між історичною пам'яттю і свободою творчості полягала запорука успіху його професійної діяльності.

У 2000–2010-ті роки Несміян не тільки керував фірмою, а й активно співпрацював

з Київським національним університетом технологій та дизайну, очолюючи, зокрема, комісію із захисту дипломних робіт кафедри художнього моделювання костюма. Володимир Несміян досить критично ставився до немотивованої відмови від традиційних засобів гармонізації художнього образу в дизайні костюма, і під час захистів дипломних робіт молодих дизайнерів часто спалахували серйозні дискусії, що було корисним для майбутніх фахівців. Оцінюючи схильність Володимира Несміяна до класичних, традиційних уявлень про одяг, в одній з публікацій журналістка назвала його «останнім романтиком моди» [14]. Свого часу він пишався тим, що його замовники дозріли до усвідомлення свого «я», навчилися цінувати стиль і бути вільними від сліпого наслідування моди. Власна концепція моди для В.У. Несміяна полягала в наступному: краса важливіше за тенденції моди, зміст важливіше форми, а образ – це головне. І сьогодні реально склалася ситуація, коли попит на епатажність в моді практично вичерпаний, стомлений відвертою інфернальністю і горезвісною «естетизацією потворного» на подіумі, сучасний споживач чекає від дизайнерів іншого – краси, раціональності, виразності.

#### Література

1. А. с. 963498 СССР Мерочный жакет. М. Л. Воронин, В. У. Несміян; заявл. 04.01.79; опубл. 07.10.82, Бюл. № 37.
2. Білий О. Поезія костюма. *Молодь України*. Київ, 1969. 4 жовтня. С. 4.
3. Воронин М.Л. Методические рекомендации по изготовлению мужской верхней одежды без примерок посредством жилетов-макетов. Киев, 1980. 19 с.
4. Дорожинська Н. Чарівний одяг... жилет. *Служба побуту України*. Київ, 1982. 10 жовтня. С. 4.

**Висновки.** Проведене дослідження дозволило систематизувати факти професійної біографії відомого українського дизайнера Володимира Уляновича Несміяна. Побудований в хронологічному порядку опис подій створює цілісну картину його творчості, надає можливість оцінити мотивацію організаторської та дослідницької діяльності, проаналізувати її результати. Фактичний матеріал викладено на основі вивчення статей в періодичних виданнях, патентів та авторських свідоцтв на винаходи В.У. Несміяна, навчально-методичних видань, ескізів та фотографій моделей дизайнера, а також на основі інтерв'ю, проведених з ним і його колегами. Оцінка його діяльності виконана в контексті подій, пов'язаних з історією української моди другої половини ХХ ст. Практичні напрацювання В.У. Несміяна в області індивідуального виготовлення модних виробів становлять інтерес сьогодні, враховуючи сучасні тенденції згортання масштабних швейних виробництв і посилення ролі невеликих підприємств, що працюють з приватними замовленнями і виготовляють невеликі партії одягу. Цінність представляють також естетичні погляди Володимира Несміяна і підходи до формування раціональною стратегії споживання модної продукції.

5. Галай О. Приборкувач стилю і моди. *Український промисловець*. Київ, 1998. № 9. С. 3–7.
6. Горбатенко П. Хороший смак. *Вечірній Київ*. Київ. 1964. 15 грудня. С.1
7. Декларативний патент України на корисну модель № 7652. Мірочний жіночий жакет Несміяна. В. У. Несміян, І. В. Пожилова; заявл. 08.06.2004; опубл. 15.07.2005. – Бюл. № 7/2005.
8. Захарова Л. Советская мода 1950–60-х годов: политика, экономика, повседневность. *Теория моды*. Москва, 2007. №3. С. 55–80.
9. Кокорина Г. В. Современные подходы к изучению истории моды советской эпохи.

Украинский контекст. Материалы 19-й международной научной конференции «Мода и дизайн. Исторический опыт – новые технологии» (24–27 мая 2016, г. Санкт-Петербург). Санкт-Петербург, 2016. С. 326–331.

10. Кокорина Г. В. Мода 1940–1990: український літопис. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. Харків, 2017. № 6. С. 73–79.

11. Несмиян В.У. Конструкторско-технологическая документация на жилет, обеспечивающий беспримечное изготовление женской верхней одежды. Киев, 1983. 85 с.

12. Патент України на винахід № 68452. Манекен Несміяна. В. У. Несміян, І. В. Пожилова.; заявл. 28.03.2002; опубл. 16.08.2004. – Бюл. № 8/2004.

13. Патент України на винахід № 78250. Мірочний жіночий жакет Несміяна і спосіб його застосування. В. У. Несміян, І. В. Пожилова 15.03.2007

14. Пожилова В. Останній романтик моди. *Україна*. Київ, 2005. № 7. С. 44–45.

15. Тканко З. Мода в Україні ХХ століття. Львів, 2015. 236 с.

16. Уилсон Э. Облаченные в мечты: мода и современность. Москва, 2012. 288 с.

## References

1. Voronin M. L., Nesmiyan V. U. (1982). Merochnyy zhaket [Measure jacket]. Russian author's certificate, no. 963498.

2. Bilyi O. (1969). Poeziia kostiума [Poetry costume] *Molod Ukrainy – Youth of Ukraine*, 4 zhovtnia – 4 October, 4. [in Ukrainian]

3. Voronin M.L., Nesmiyan V.U. (1980). *Metodicheskie rekomendatsii po izgotovleniyu muzhskoy verkhney odezhdy bez primerok posredstvom zhiletov-maketov* [Methodical recommendations for the manufacture of men's outerwear without primer using vest-mock-ups]. Kyiv. [in Ukrainian].

4. Dorozhynska N. (1982). Charivnyi odiah... zhylet [Charming clothes ... vest] *Sluzhba pobutu Ukrainy – Service life of Ukraine*, 10 zhovtnia – 10 October, 4/ [in Ukrainian]

5. Halai O. (1998). Pryborkuvach styliu i mody [The tricker of style and fashion] *Ukrainskyi*

*promyslovets – Ukrainian industrialist*, 9, 3–7. [in Ukrainian]

6. Horbatenko P. (1964). Khoroshyi smak [Good taste] *Vechirni Kyiv – Evening Kiev*. 15 hrudnia – December 15<sup>th</sup>, 1. [in Ukrainian]

7. Nesmiian V. U., Pozhylova I. V. (2005). Mirochnyi zhinochii zhaket Nesmiiana [Mirror Women's Jacket Nesmiana]. Ukrainian declaration patent, no. 7652.

8. Zakharova L. (2007). Sovetskaya moda 1950–60-kh godov: politika, ekonomika, povsednevnost [Soviet Fashion of the 1950–60's : the politics, economy, reality] *Teoriya mody – Theory of Fashion*, 3, 55–80. [In Russian].

9. Kokorina G. V. (2016). Sovremennye podkhody k izucheniyu istorii mody sovetskoy epokhi. Ukrainskiy kontekst [Modern approaches to studying the history of fashion of the Soviet era. The Ukrainian Context]. Fashion and design. Historical experience – new technologies '12: *Materialy 19 mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii – Materials of the 19th International Scientific Conference*. (pp. 326–331). SPb: SPUTD. [in Russia]

10. Kokorina H. V. (2017). Moda 1940–1990: ukrainskyi litopys [Fashion 1940–1990: Ukrainian Chronicle] *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv – Bulletin of the Kharkov State Academy of Design and Arts*, 6, 48–51 [in Ukrainian].

11. Nesmiyan V.U. (1983). *Konstruktorsko-tekhnologicheskaya dokumentatsiya na zhilet, obespechivayushchiy besprimerichnoe izgotovlenie zhenskoy verkhney odezhdy* [Design and technological documentation for a waistcoat, providing unmistakable production of women's outerwear]. Kyiv. [in Ukrainian].

12. Nesmiian V. U., Pozhylova I. V. (2004). Maneken Nesmiiana [Dummy Nesmeyana]. Ukrainian patent, no. 68452.

13. Nesmiian V. U., Pozhylova I. V. (2007). *Mirochnyi zhinochii zhaket Nesmiiana i sposib yoho zastosuvannia* [Mirror Women's Necktie Jacket and the way to use it]. Ukrainian patent, no. 78250.

14. Pozhylova V. (2005). Ostannii romantyk mody [The last romantic of fashion] *Ukraina – Ukraine*, 7, 44–45. [in Ukrainian]

15. Tkanko, Z. (2015). *Moda v Ukrayini XX stolitya* [The Fashion in Ukraine in the XX Century]. Lviv: Artos. [in Ukrainian]

16. Uilson E. (2012). *Oblachennye v mechty: moda i sovremennost* [Wearing in dreams: fashion

and modernity]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie. [in Russia].

### ТВОРЧЕСКАЯ БИОГРАФИЯ ДИЗАЙНЕРА ВЛАДИМИРА НЕСМИЯНА: МЕЖДУ ПАМЯТЬЮ И СВОБОДОЙ

НИКОЛАЕВА Т.В., КОКОРИНА Г.В.

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**Цель.** Систематизировать факты биографии известного украинского дизайнера Владимира Ульяновича Несмияна. Определить его роль в становлении украинской моды, проанализировать организационные проекты и эстетические взгляды

**Методика.** Используются методы историко-хронологического и сравнительного анализа, систематизации визуальных источников, метод интервью. Материал исследования составляют эскизы и фотографии из личного архива В.У. Несмияна, периодические издания 1950–1990-х годов, записи интервью с В.У. Несмияном и его сотрудниками.

**Результаты.** Собрана и проанализирована с научной точки зрения информация о деятельности выдающегося украинского дизайнера и изобретателя В.У. Несмияна, структурированы результаты его творческого наследия. Творческая биография рассмотрена в хронологическом аспекте: последовательно изложены факты профессиональной деятельности, описана мотивация и результаты исследовательской деятельности, проанализирована сущность организационных и педагогических проектов. Профессиональная биография дизайнера рассмотрена в контексте специфики проблем украинской моды XX века.

**Научная новизна** заключается в проведении впервые систематизации фактов творческой биографии украинского дизайнера В. У. Несмияна, определении роли его творческих достижений в развитии украинской моды.

**Практическая ценность** заключается в том, что собранная информация может быть использована как составляющая украинской истории моды и для дальнейших исследований истории и теории моды XX века. Практические наработки В.У. Несмияна могут быть задействованы в процессе проектирования новой одежды сегодня, учитывая растущий спрос

### CREATIVE BIOGRAPHY OF DESIGNER VOLODYMYR NESMIYAN: BETWEEN MEMORY AND FREEDOM

NIKOLAYEVA T. V., KOKORINA G. V.

*Kyiv National University of Technologies and Design*

**Purpose** is to systematize the facts of the biography of the famous Ukrainian designer Volodymyr Nesmiyan and determine his role in the development of Ukrainian fashion, analysis of organizational projects and aesthetic views.

**Methodology.** Methods of historical-chronological and comparative analysis, systematization of visual sources, interview method are used. The research material consists of sketches and photographs from the personal archives of V. Nesmiyan, periodicals of the 1950–1990s, interviews with V. Nesmiyan and his collaborators.

**Results.** From a scientific point of view, information about the activities of the prominent Ukrainian designer and inventor V. Nesmiyan, the structured results of his creative heritage was collected and analyzed. The creative biography is considered in the chronological aspect: the facts of professional activity are described, the motivation and results of the research are described, the essence of organizational and pedagogical projects is analyzed. The professional biography of the designer is considered in the context of the specific problems of the Ukrainian fashion of the twentieth century.

**Scientific novelty** consists in organizing for the first time systematization of the facts of the creative biography of the Ukrainian designer V. Nesmiyan, determining the role of his creative achievements in the development of Ukrainian fashion.

**The practical significance** lies in the fact that the information collected can be used as a component of Ukrainian fashion history and further study of the history and theory of fashion of the twentieth century. Practical work of V. Nesmiyan may be involved in the process of designing new clothes today, taking into account the growing demand for the

на изготовление оригинальной и модной одежды по индивидуальным заказам для отечественных потребителей.

**Ключевые слова:** биография дизайнера, дизайнер Владимир Несмиян, история моды XX в., украинская мода, жилетно-макетный метод, творческая деятельность.

production of original and fashionable clothes according to individual orders for domestic consumers.

**Keywords:** designer biography, designer Volodymyr Nesmiyan, fashion history of the twentieth century, Ukrainian fashion, creative activity.

**ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРІВ:**

[https://doi.org/  
10.30857/2617-  
0272.2018.3.12](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.12)

**Ніколаєва Тетяна Вадимівна**, канд. техн. наук, професор, завідувач кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-2236-3681, **e-mail:** nikolaevatd@gmail.com

**Кокоріна Галина Василівна**, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри художнього моделювання костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-8317-8917, **e-mail:** kokorina.gv@knutd.com.ua

**Цитування за ДСТУ:** Ніколаєва Т.В., Кокоріна Г.В. Творча біографія дизайнера Володимира Несміяна: між пам'яттю та свободою. *Art and design*. 2018. №3. С. 132-144.

**Citation APA:** Nikolayeva, T. V., Kokorina, G. V. (2018) Creative biography of designer Volodymyr Nesmyan: between memory and freedom. *Art and design*. 3. 132-144.

## ТЕТЯНА НІКОЛАЄВА

### До 70-річчя від дня народження

НІКОЛАЄВА ТЕТЯНА ВАДИМІВНА – український вчений, дизайнер, педагог, кандидат технічних наук (1977), професор (2005); завідувач кафедри художнього моделювання костюма Київського національного університету технологій та дизайну (КНУТД); член навчально-методичної комісії з культури і мистецтва сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України. Відмінник освіти України (2004). Член правління Спілки дизайнерів України з 1989 року. Академік міжнародної освітянської академії «Платон» (Болгарія).



Передусім Тетяна вдячна за все, чого досягла в житті, своїй родині. Вона продовжує традиції свого діда – д.т.н., проф., Заслуженого діяча науки і техніки УРСР, Котова Михайла Павловича, якій був у 1941-1946 роках ректором Київського технологічного інституту шкіряної промисловості (нині КНУТД). Очевидно, це не могло не вплинути на формування зацікавлень та світосприйняття майбутньої вченої. Фахову освіту вона здобула у Київському технологічному інституті легкої промисловості (нині – КНУТД), який закінчила у 1971 році, отримавши професію модельєра-конструктора одягу. Після закінчення аспірантури та захисту дисертації працювала на посадах наукового співробітника, завідувача сектору нового асортименту матеріалів та швейних виробів Українського науково-дослідного інституту швейної промисловості. У 1984 році вона повертається у рідний університет і вся її подальша професійна та наукова діяльність пов'язана з Київським національним університетом технологій та дизайну – провідним вищим навчальним закладом України у галузі культурно-мистецької та дизайнерської освіти і науки. Тетяна Вадимівна пройшла шлях від асистента до професора, заступника декана факультету технології одягу, завідувача кафедри. З 1987 року очолювала організаційно-методичну групу з відкриття нової спеціальності «Художнє моделювання виробів легкої промисловості», яка в подальшому стала підґрунтям для відкриття спеціальності «Дизайн» у КНУТД.

Тетяна Вадимівна Ніколаєва – видатний український вчений в галузі теорії художнього формоутворення костюма. Предметом її наукової діяльності є дослідження закономірностей художнього моделювання костюма на основі різних

творчих джерел в образотворчому, декоративно-прикладному мистецтві, дизайні та архітектурі. У науковому доробку Т. Ніколаєвої – понад 300 публікацій з проблем художнього моделювання і композиції костюма, дизайну одягу, розвитку костюмографічної мови та теорії формоутворення костюма, з методики та практики художнього проектування костюма, теоретико-методологічної бази дизайнерської та мистецтвознавчої освіти. Науковим здобутком дослідниці, свідченням її фахової ерудиції стало розроблення підручника «Основи теорії формоутворення костюма» (2004) для студентів творчих спеціальностей. Важливим є те, що свій практичний досвід дизайнера, модельєра-конструктора одягу вона узагальнила у навчальному посібнику «Тектоніка формоутворення костюма» (2005), в якому на широких дослідницьких матеріалах подано методичку художньо-композиційного аналізу моделей одягу, принципи стилеутворення образної структури костюма, використання біонічних форм в сучасному арт-дизайні. Цей навчальний посібник набув розголосу далеко за межами України і був перевиданий тричі.

Ніколаєва Т.В. – член редколегії наукових фахових видань «Вісник КНУТД», «Art and Design»; педагог майже з 50-річним стажем, Тетяна Вадимівна проводить активну наукову діяльність: під її керівництвом захищено 8 кандидатських дисертацій, продовжує активно працювати з аспірантами. Вона є керівником мистецької школи «Дослідження тектонічної структури костюма в розробці перспективних колекцій одягу», в межах якої проводиться вивчення закономірностей функціонування моди та принципів вдосконалення процесу дизайн-проекування нового асортименту одягу, тектонічної структури костюма в розробці перспективних колекцій та методик реконструкції історичного та народного одягу.

Наукову роботу успішно поєднує з педагогічною, спираючись на власний творчо-науковий досвід та теоретичні методички викладання основ моделювання костюма в дисциплінах: «Основи формоутворення і проектування», «Комплексне дизайн-проекування», «Сучасні технології дизайн-діяльності» тощо. Займається науковою та творчою роботою із студентами. Її учні – переможці міжнародних конкурсів молодих дизайнерів «Печерські каштани», «Сузір'я каштанів», «Погляд у майбутнє», REMIX–EURASIA, «Bridel's Dream», учасники міжнародних виставок KYIV Fashion, BABY Fashion, UKRAINIAN FASHION WEEK, показів мод в Україні та за кордоном.

Кафедра художнього моделювання костюма, яку майже 25 років очолює Тетяна Вадимівна, є найкращою серед дизайнерських шкіл світу. Особистий організаторський талант Т. Ніколаєвої забезпечив високу результативність та підняття на якісно новий рівень підготовки високопрофесійних, конкурентоспроможних на вітчизняному і світовому ринках праці фахівців з дизайну одягу та стилю, формування самобутніх методик викладання та основ школи художнього моделювання костюма в творчих майстернях КНУТД. Зразками комплексної наукової та творчої роботи кафедри є розробки фірмового одягу для прикордонної та митної служби, костюмів для представницької делегації та волонтерів Євро-2012 (друга премія на Всеукраїнському конкурсі), історичного

туристичного парку «Київська Русь», Національного академічного оркестру народних інструментів України, багатьох кінофільмів та театральних вистав тощо.

Потрібно згадати такі риси її особистості, як чутливість до прекрасного, що відбивається в яскравому захопленні світом і життям, вірності друзям, постійному піклуванні про учнів. Вона вміє створювати довкола себе доброзичливу, затишну атмосферу. Під керівництвом Т.В. Ніколаєвої кафедра художнього моделювання костюма готує фахівців в галузі арт-дизайну широкого спектру освітніх напрямів: художнє моделювання костюма (в тому числі видовищного і реконструкції історичного), трикотажних виробів, стилю, іміджу, дизайну зачісок та брендової продукції. Саме тому, випускники кафедри складають основу фахівців індустрії моди України та дизайнерських кафедр багатьох закладів вищої освіти. Випускниками кафедри є відомі українські дизайнери зі світовим визнанням Олена Ворожбит, Тетяна Земскова, Анжела Лисиця, Айна Гассе, Ірина Каравай, Олена Буреніна, Діана Агаян, Олександр Каневский, Жан Грицфельдт та інші. Кафедра художнього моделювання костюма внесла вагомий вклад у відзначення Київського національного університету технологій та дизайну у світовому рейтингу шкіл моди та дизайну за результатами дослідження CEOWORLD Magazine у 2017 році.

Нагороджена Почесними грамотами Міністерства освіти і науки України, Почесною грамотою Київського міського голови, Відзнакою Міністерства культури України за досягнення в розвитку культури і мистецтв.

1 вересня 2018 року Тетяні Вадимівні виповнилося 70 років. Вітаючи з ювілейною датою, зичимо їй здоров'я, творчої наснаги, довгих років життя та подальших мистецьких здобутків, втілення численних творчих проєктів і мрій. Хочеться побажати їй залишатися завжди такою ж сповненою енергії, творчих планів і наукових ідей, з гострим відчуттям часу, вірою в талановиту молодь.

**Марина КОЛОСНІЧЕНКО**  
**декан факультету дизайну КНУТД, д.т.н., професор,**  
**Лауреат Державної Премії України в галузі науки і техніки**