



УДК 7.05:687.01

## ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ЧОЛОВІЧОГО ТА ЖІНОЧОГО ОДЯГУ ХХ СТОЛІТТЯ З МЕТОЮ РОЗРОБКИ КОЛЕКЦІЇ ОДЯГУ

Студ. Я.Ю. Фігурна, гр. МгДкЗ-16  
Наукові керівники: доц. Н.В. Чупріна  
доц. І.В. Давиденко

Київський національний університет технологій та дизайну

**Мета і завдання.** Метою даного дослідження є визначення форми, структури та колориту чоловічого та жіночого одягу ХХ ст. з подальшим виявленням їх взаємозв'язку та взаємопроникнення в костюм одне одного, для того щоб на базі проведеного дослідження розробити комплексний дизайн-проект візуалізації образу перспективної колекції одягу для жінок. Задля цього необхідно дослідити та проаналізувати всі причини, які могли вплинути на розвиток та зміни в чоловічому та жіночому одязі ХХ ст. Мода безпосередньо пов'язана з усіма аспектами життя людини, важливий вплив на формування та зміни в костюмі вносять соціально-історичні передумови, вплив науково-технічного прогресу, розвиток культури та мистецтва, естетичні фактори та суспільні системи.

**Об'єкт дослідження.** Об'єктом дослідження даної роботи є аналіз форми, структури та колориту взаємозв'язку чоловічого та жіночого одягу ХХ ст. Проаналізувавши форму, структуру та колорит взаємозв'язку чоловічого та жіночого одягу ХХ ст. було обрано першоджерело яке найбільш влучно підходить для розробки комплексного дизайн-проекту візуалізації образу перспективної колекції одягу, а саме чоловічий костюм початку ХХ ст. На основі дослідження першоджерела, методом системно структурного аналізу, було виявлено ключові деталі костюма які будуть в подальшому використовуватися при розробці колекції. Важливим етапом дослідження став аналіз сучасних модних тенденцій, та подальше їх використання в роботі для того, щоб перспективна колекції одягу стала актуальною.

**Методи і засоби дослідження.** Дана робота базується на дослідницькому підході до процесу проектування одягу. На різних етапах дослідження були використані методи історично-графічного, літературно-аналітичного аналізу, метод передпроектного дослідження, методи системно-структурного та морфологічного аналізу, було визначено основні характеристики першоджерела в якості якого виступає чоловічий одяг початку ХХ ст. Всі вищезазначені методи були використанні в поетапній художньо-композиційній роботі, та використовувались на базових положеннях теорії проектування костюма.

**Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів.** Проведені наукові дослідження дали можливість розробити комплексний дизайн-проект візуалізації образу перспективної колекції одягу для жінок молоді та середньої вікової групи, базуючись на проведеному дослідженні та аналізі взаємозв'язку чоловічого та жіночого одягу ХХ ст. Проведені дослідження були використані при створенні ескізів моделей для колекції одягу.

**Результати дослідження.** Розробка комплексного дизайн-проекту візуалізації образу перспективної колекції одягу вимагає детального дослідження обраної теми та першоджерела. Тож, при виконанні роботи було досліджено та проаналізовано основні етапи та періоди розвитку вбрання ХХ ст., що включає в себе суспільно історичні події, науково-технічний прогрес, розвиток культури та мистецтва тощо. Крім того, в ході дослідження виявлено вплив вищезазначених чинників на становлення, розвиток та зміни в чоловічому та жіночому одязі періоду ХХ ст.

**Сучасні матеріали і технології виробництва виробів  
широкого вжитку та спеціального призначення**

*Художнє моделювання костюма*



Але щоб чоловіки були зацікавлені в покупці, необхідно дотримуватися наступних важливих правил:

- вітрини повинні бути ідеальними - чоловіки реагують на викладення і купують обрану річ в 65% випадків, якщо немає яскравих анти-характеристик, таких як невідповідний розмір або коли годинник виглядають поблизу не так, як здалеку;
- для чоловіків важливий великий асортимент та наявність вибору. Якщо дама може вибрати річ всього з двох варіантів, то джентльменові потрібно набагато більше;
- чоловічі товари повинні бути відокремлені від жіночих. Справа ще й у тому, що чоловікам не подобається, коли їх потреби сприймаються як додаток до жіночій моді;
- чоловіки люблять отримувати інформацію про товари з каталогів або інструкцій, тому магазин повинен надавати якомога більше письмової інформації;
- чоловіки не люблять спілкуватися з консультантами, як жінки. Але якщо вже вони почали розмову, то пред'являють більше вимог до знань консультантів;
- чоловіки - візуали, тому магазин повинен бути красиво оформлений. Досвід показує, що відвідувач може змінити траєкторію походу по магазинах, якщо його приверне по-справжньому красива картинка;
- для чоловіків також має значення наявність дисконтної карти фірмового магазину або модного бренду.

Незважаючи на те, що кожна людина унікальна, всіх покупців все-таки можна об'єднати в групи за подібністю тих чи інших показників - наприклад, за рівнем життя, за віком і т. д. Але і всередині цих груп, в яких схожість поведінки людей пояснюється зовнішніми причинами (наприклад, неможливість дозволити купити собі ту або іншу річ, річ не підходить за віком, декольтовану сукню не можна надягти за релігійними мотивами), варіантів обмеження або, навпаки, випадків диктату зовнішнього світу можна знайти предостатньо. Але, як відомо, поведінка людини пов'язана не тільки (і не в першу чергу) з факторами зовнішнього впливу.

Проаналізувавши образи десятиліття, стильові напрямки та творчість провідних дизайнерів, було обрано першоджерело, в якості якого виступає чоловічий костюм початку ХХ ст. Дослідивши першоджерело методом системно-структурного аналізу, було виявлено ключові деталі костюма, які будуть в подальшому використовуватися при розробці колекції. Спираючись на передпроектні дослідження та морфологічний аналіз, було виявлено основні характеристики колекції одягу. Проаналізувавши сучасні модні тенденції в колекціях провідних дизайнерів, було розроблено кольорову гаму для її застосування при розробці комплексного дизайн-проекту візуалізації образу перспективної колекції одягу для жінок. В результаті всієї дослідницької роботи було розроблено структуру колекції, яка найбільш влучно відображає набуті тенденції ХХ ст.

**Висновки.** Дослідивши форму, структуру та колорит взаємозв'язку чоловічого та жіночого одягу ХХ століття було розроблено комплексний дизайн-проект візуалізації образу перспективної колекції одягу для жінок молодшої та середньої вікової групи. Щоб найкраще все зрозуміти, необхідно проаналізувати всі причини, що могли вплинути на розвиток та зміни в костюмах цього періоду. Мода безпосередньо пов'язана з усіма аспектами життя людини, не тільки з матеріальним виробництвом та ринком. Також важливий вплив на формування та зміни в костюмі вносять соціальні зміни, теоретичні концепції моди, судження про неї, її цілі, методи та засоби, в остаточному підсумку, залежні від комплексу соціально-економічних та культурно-естетичних факторів, суспільних систем.

**Ключові слова:** чоловічий одяг, жіночий одяг, взаємозв'язок формоутворення, структура костюма колористичне рішення одягу, розробка творчої колекції, гардероб.