

УДК 74

Якимчук Олена Володимирівна<sup>1</sup>

к.т.н., доцент кафедри дизайну

Херсонський національний технічний університет

E-mail: olenayakymchuk03@gmail.com

## КОМПОНЕНТНО-ЕЛЕМЕНТНІ МАРКЕРИ ЖІНОЧНОСТІ В КОСТЮМАХ УКРАЇНСЬКИХ ДИЗАЙНЕРІВ

*Анотація: В статті висвітлено проблематику відображення жіночності в костюмі українських дизайнерів. Запропоновано використання характерних елементів костюму в якості маркерів жіночності в межах трьох основних предметно-елементних груп (одяг, аксесуари, взуття). На основі зібраного фотографічного матеріалу сформовано емпіричну базу дослідження, яку наочно представлено в емпіричній матриці індикації маркерів жіночності костюму українських дизайнерів. Проаналізовано колекції жіночого одягу українських дизайнерів, представлених на Ukrainian Fashion Week з 2010 по 2017 рр., з використанням жіночних елементів костюму, та індиковано їх як маркери жіночності у системі костюму. Графічно представлено діаграми зустрічності жіночних предметів одягу, аксесуарів та взуття в межах кожної з груп. Визначено питому вагу кожного з елементів в загальній масі маркерів жіночності костюмів українських дизайнерів.*

*Ключові слова: колекції одягу, костюм, жіночність, дизайн-проекування, українські дизайнери, Ukrainian Fashion Week, маркери жіночності, елементи костюму, одяг, аксесуари, взуття.*

**Постановка проблеми.** Сьогодні гостро стоїть питання андрогенності, яка проявляється в багатьох сферах культури і мистецтва, проникаючи у повсякденне життя соціуму. Однією із категорій гендерної психології є поняття стереотипу. Квінтесенцією гендерного стереотипу виступає система жіночність-мужність, яка на сьогодні є менш полярною, у порівнянні з минулими роками. Даний факт вказує на стрімке

---

<sup>1</sup>© Якимчук О.В.

розмивання межі міжстатевих відмінностей. Це не могло не відобразитися на іміджі людини та власне костюмі. Зміна вектору образної трансформації одягу вимагає дослідження гендерних стереотипів (жіночності) в костюмі з перспективною метою виявлення та збереження частки вкраплень «фемінів в одязі». Адже, використовуючи образність одягу як мікрофактор певного соціально-культурологічного процесу, можна значно вплинути на відношення людини до буття, підвищити моральність та духовність споживачів предметів дизайну. Тому дослідження та збереження кращих традицій створення жіночних образів є досить актуальним завданням. Особливо цінним джерелом такої інформації є костюми сучасних українських дизайнерів (Ukrainian Fashion Week (UFW)), оскільки вони одночасно виступають певним концептоутворюючим засобом та індикаторами формування естетичного і ідеологічного смаку вітчизняної спільноти.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Термін «жіночність» в наукових працях та напрямках сьогодні здебільшого виступає дефініцією гендерної психології [1:13], соціології [2]. Дослідження вчених в області гендерних стереотипів виявили, що традиційні стереотипні образи чоловіків та жінок змінилися у напрямку зменшення диференціації характеристик: в жіночих образах спостерігається більша частка маскуліних характеристик, ніж фемінних – в чоловічих [1:13, 3]. Психологічно-соціологічні праці Б. Фрідан [3:173] та Х. Аделін [4] в незначній мірі наводять рекомендації щодо формування жіночого образу в аспекті костюму. Але в них відсутнє емпіричне підґрунтя висунутих тверджень, що надає їм суб'єктивного відтінку.

У фундаментальній праці теоретика моди Р. Барта зазначено, що жіночність у костюмі виявляється у підкреслюванні різниці між жінкою та чоловіком. Для цього використовується одяг та матеріал, який не можна асоціювати з чоловіками та який різко контрастує з чоловічим одягом. [5].

З.О. Тканко приділяє ретельну увагу жіночності в моді та костюмі, характеризуючи її за різними показниками: модні предмети одягу, аксесуари, зачіска [6:30-34]. Але мода в

контексті жіночності розглядається лише у період 30-х років ХХ ст.

Звідси сучасне звучання жіночності образу в контексті костюму потребує більш детального дослідження.

**Мета.** Метою проведеного дослідження є індикація ряду елементів костюму як основних маркерів жіночності в колекціях сучасних українських дизайнерів і визначення концептуального вектору вітчизняної фешн-індустрії в даному аспекті.

**Основна частина.** Костюм як візуалізація жіночності образу є складною системою, яка базується на використанні ряду компонент. Компонентно-елементна організація костюму розглядається як комплекс трьох основних груп предметів дизайн-проекування: одяг, аксесуари, взуття. До додаткових можна віднести зачіску та макіяж. В свою чергу предметні групи елементів костюму включають в себе різні види. В контексті формування жіночного образу можна виділити наступний спектр елементів костюму:

- одяг – сукні, спідниці, блузки, корсетні вироби, шуби;
- аксесуари – прикраси (буси, кольє, браслети, сережки, брошки, перстні, кулони), головні убори (капелюшки, пов'язки, вінки, тюрбани, обручі, хустки, шапки), шарфово-палантинні вироби, панчохи, колготи, муфти, сумки, рукавички-мітенки, парасольки від сонця;

- взуття – туфлі (туфлі-човники, балетки, на шпильках, на каблуках, на танкетці, з відкритим носком), чоботи (на шпильках, на каблуках, на танкетці, чоботи-панчохи), ботильйони (на шпильках, на каблуках, на танкетці), босоніжки (на шпильках, на каблуках, на танкетці).

Вважаючи зазначені елементи костюму основними маркерами жіночності, було проведено дослідження з метою їх індикації в 114 колекціях 36 українських дизайнерів, представлених на подіумі UFW в період з 2010 по 2017 рр. На основі зібраного фотографічного матеріалу сформовано емпіричну базу дослідження, яку наочно представлено в емпіричній матриці індикації маркерів жіночності (табл. 1), в якій О/З – модний сезон осінь-зима; В/Л – модний сезон весна-літо.

Таблиця 1

Емпірична матриця індикації маркерів жіночності

№	Ім'я	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
1	А.М.Г.								
2	Сергій Черкас								
3	Ірина Діа								
4	Олена Валова								
5	Люба Маларенко								
6	Андре Тан			2					
7	Оксана Куріавська								
8	Ірина Карлавіч								
9	Анатасія Іванова								
10	Лілія Пучкович								
11	Олена Комарова								
12	Світлана Бєзза								
13	Роксолана Богуча								
14	Лілія Літвінська								
15	Олександр Заліський								
16	Олена Сиротина								
17	Вікторія Грєєв								
18	Лілія Бубіва								
19	Олена Громова								
20	Олена Бурба								
21	Юлія Алісія								
22	Валерія Марч								
23	Міріа Бєх								
24	Христя Бєбіла								
25	Олена Бурган								
26	Олена Дєв								
27	Ніла Дєв								
28	Наталі Ніколова								
29	Тетяна Землякова та Альона Воробіт								
30	Катерина Хіт								
31	Вікторія Хіт								
32	Діана Богуч								
33	Олена Рєва								
34	Арієн Кіличук								
35	Олена Гуридан								
36	Яна Гіза								

Результати аналізу індикації маркерів жіночності в костюмах українських дизайнерів подано у вигляді діаграм, що ілюструють вміст кількісної частки зустріваних елементів костюму (рис. 1-3).

Ранжування маркерів жіночності в межах кожної з груп предметів дизайн-проектування здійснювалося за наступними критеріями:

- одяг: плечовий → поясний;
- аксесуари: головні убори → прикраси → шарфово-палантинні вироби → аксесуари для рук або ті, що тримають в руках → шкарпетково-панчішний асортимент;
- взуття (від більш відкритого до закритого): босоніжки → туфлі → ботильйони → чоботи.

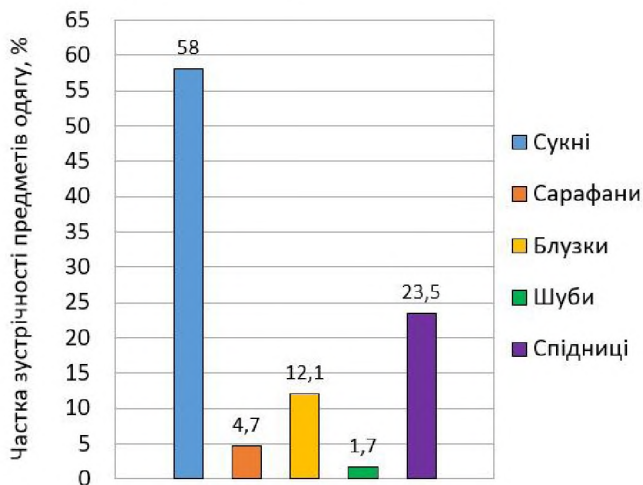


Рис. 1. Діаграма зустрічності жіночних предметів одягу за їх видами в костюмах українських дизайнерів з 2010 по 2017 рр.

Діаграма на рис. 1 ілюструє стереотипну аксіому щодо дизайн-проектування жіночого одягу: найбільш фаворитними елементами гардеробу при формуванні жіночного образу є сукні (58,0%) та спідниці (23,5%).

Результати індикації маркерів жіночності в контексті аксесуарів (рис. 2) вказують на пристрась українських

дизайнерів до використання прикрас (сережки 20,7%, кольє 12,5%, браслети 6%) для підкреслення жіночності образу. Менш популярними є традиційні намиста (2,4%). Високий відсоток зустрічності сумок (12,5%) можна пояснити їх утилітарністю.

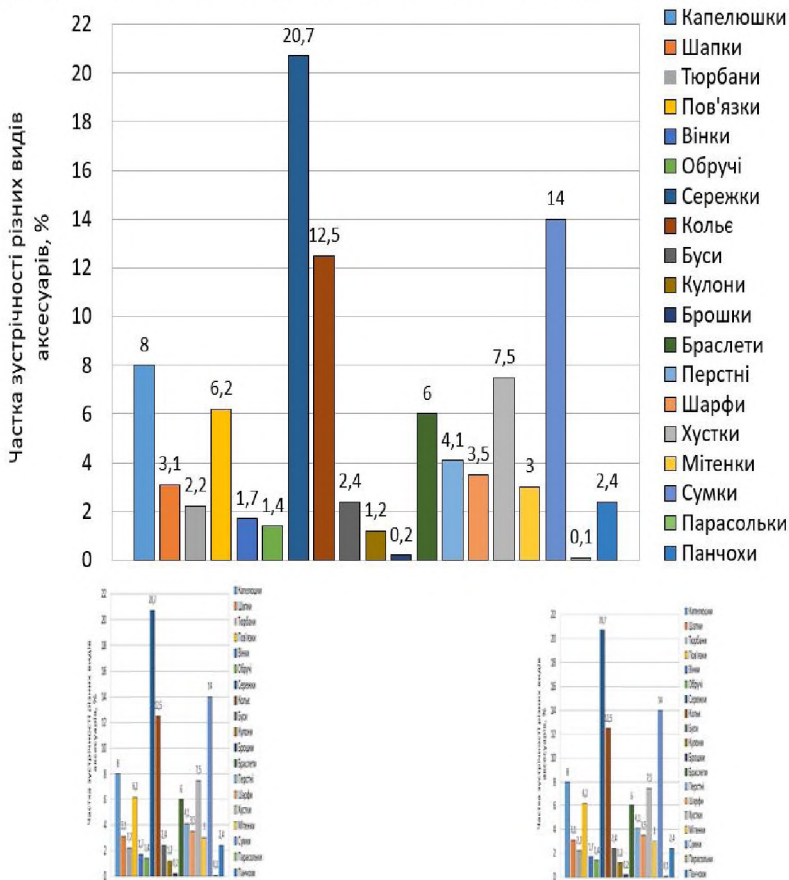


Рис. 2. Діаграма зустрічності жіночних аксесуарів за їх видами (маркерів жіночності) в костюмах українських дизайнерів з 2010 по 2017 рр.

Конкурентоздатність у формуванні жіночного образу підтвердили головні убори (капелюшки 8,0%, пов'язки 6,2%,

шапки 3,1 %). До найрідше використовуваних предметів відносяться брошки (0,2%) та парасолки від сонця (0,1%).

При індикації маркерів жіночності в групі взуття (рис. 3) також підтверджується загальноприйнята стереотипна аксіома: взуття на шпильках (туфлі на шпильках 41%, босоніжки на шпильках 11,6%) робить жінку жіночною. В незначній мірі в аспекті жіночності поступається взуття на каблуках (туфлі на каблуках 9,0%, босоніжки на каблуках 7,2%).

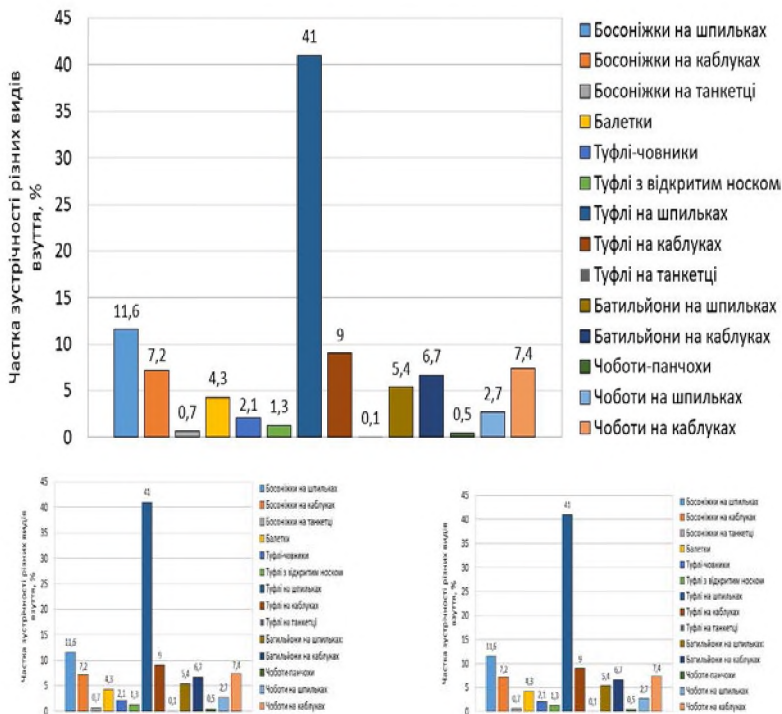


Рис. 3. Діаграма зустрічності жіночних видів взуття (маркерів жіночності) в костюмах українських дизайнерів з 2010 по 2017 рр.

Лідерство туфель над босоніжками можна пояснити їх універсальністю в площині сезонності. Найрідше зустрічається в арсеналі жіночного інструментарію взуття на танкетці



(босоніжки на танкетці 0,7%, туфлі на танкетці 0,1%) та чоботи-панчохи (0,5%).

Наочне представлення загальних результатів дослідження подано на рис. 4 у вигляді діаграми розподілу питомої ваги зустрічності конкретних маркерів жіночності в їх загальній масі. Використання діаграми дозволяє виявити модель проектування жіночного образу через призму українського модного костюму.

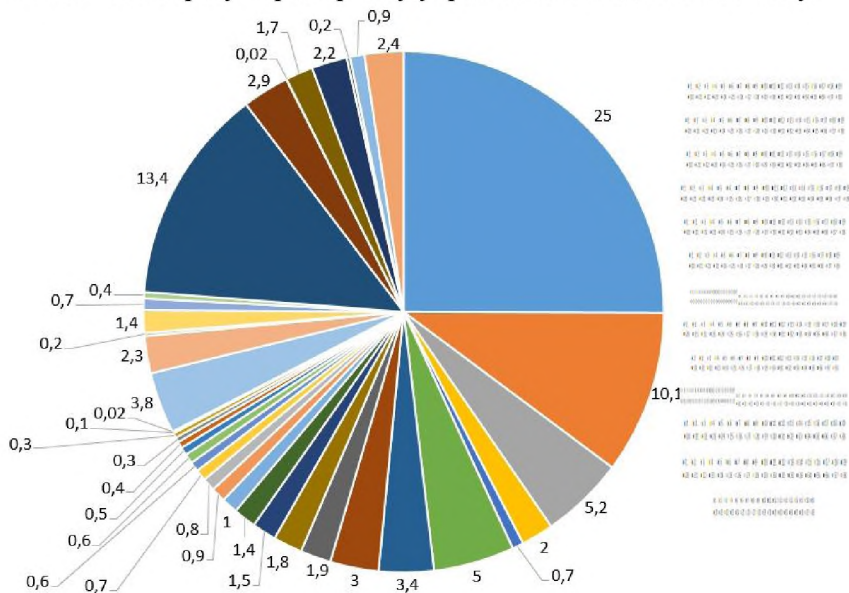


Рис. 4. Питома вага зустрічності конкретних елементів в загальній масі маркерів жіночності в костюмах українських дизайнерів з 2010 по 2017 рр., %: 1 – сукні; 2 – спідниці; 3 – блузки; 4 – сарафани; 5 – шуби; 6 – сережки; 7 – сумки; 8 – кольє; 9 – капелюшки; 10 – хустки; 11 – пов'язки; 12 – браслети; 13 – перстні; 14 – шарфи; 15 – шапки; 16 – рукавички-мітенки; 17 – намиста; 18 – панчохи; 19 – тюрбани; 20 – вінки; 21 – обручі; 22 – кулони; 23 – брошки; 24 – парасольки; 25 – босоніжки на шпильках; 26 – босоніжки на каблучках; 27 – босоніжки на танкетці; 28 – балетки; 29 – туфлі-човники; 30 – туфлі з відкритим носком; 31 – туфлі на шпильках; 32 – туфлі на каблучках; 33 – туфлі на танкетці; 34 – ботильйони на шпильках; 35 – ботильйони на каблучках; 36 – чоботи-панчохи; 37 – чоботи на шпильках; 38 – чоботи на каблучках



**Висновки.** В результаті аналітичного дослідження отримано набір маркерів жіночності в межах трьох компонентно-елементних груп костюмів українських дизайнерів (одяг, аксесуари, взуття). Виявлено, що домінуючими серед інших є наступні: сукні (25%), спідниці (10%), блузки (5,2%), туфлі на шпильках (13,4%), босоніжки на шпильках (3,8%), туфлі на каблуках (2,9%), сережки (5 %), сумки (7,0 %), кольє (3%).

**Перспективи подальшого дослідження.** Оскільки жіночий костюм є складною багатоаспектною системою, предметно-елементна структура якої виступає лише однією з багатьох взаємозв'язаних граней, тому доцільність подальшого дослідження обумовлена виявленням засобів досягнення гармонійного жіночного образу в костюмі та зв'язків всіх його характеристик та композиційних компонент.

#### **Література**

1. *Клецина И.С.* Психология гендерных отношений : автореф. дис. ... д-ра психолог. наук : 19.00.05. С. П.-б., 2014. 39 с.
2. *Ключко.И.* Гендерная стереотипия в изучении актуальных социальных проблем // *Общественные науки и современность.* 2008. №6. С. 160-169.
3. *Фридан Б.* Загадка женственности. М.: Прогресс. Литера, 1994. 318 с.
4. *Анделин Х.* Очарование женственности. М.: Христианская Миссия, 2011. 104 с.
5. *Барт Р.* Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Издательство им. Собашниковых, 2003. 512 с.
6. *Тканко З.О.* Мода в Україні ХХ ст.. Львів: Артос, 2105. 236 с.

#### **References**

1. *Kletsyna Y.S.* Psykholohyia hendernykh otnoshenyi: avtoref. dys. ... d-ra psykholoh. nauk: 19.00.05. S. P.-b., 2014. 39 s.
2. *Kliuchko.Y.* Hendernaia stereotypyia v yzuchenyy aktualnykh sotsyalnykh problem // *Obshchestvennye nauky y sovremennost.* 2008. №6. С. 160-169.
3. *Frydan B.* Zahadka zhenstvennosty. M.: Prohress. Lytera, 1994. 318 s.

4. *Andelyn Kh.* Ocharovanye zhenstvennosti. M.: Khrystyanskaia Myssyia, 2011. 104 s.
5. *Bart R.* Systema mody. Staty po semyotyke kultury. M.: Yzdatelstvo ym. Sobashnykovykh, 2003. 512 s.
6. *Tkanko Z.O.* Moda v Ukraini KhKh st.. Lviv: Artos, 2105. 236 s.

Аннотация

**Якимчук Е.В.** **Компонентно-элементные маркеры женственности в костюмах украинских дизайнеров.** В статье рассмотрена проблематика отображения женственности в костюме украинских дизайнеров. Предложено использование характерных элементов костюма в качестве маркеров женственности в рамках трех основных предметно-элементных групп (одежда, аксессуары, обувь). на основе собранного фотографического материала сформирована эмпирическая база исследования, которая наглядно представлена как эмпирическая матрица индикации маркеров женственности костюмов украинских дизайнеров. Проанализированы коллекции женской одежды, представленные на *Ukrainian Fashion Week* с 2010 по 2017 гг., с использованием женственных элементов костюма, и проведена их индикация как маркеров женственности в системе костюма. Графически представлены диаграммы встречаемости женственных элементов одежды, аксессуаров и обуви. в рамках каждой из групп. Определен удельный вес каждого из элементов в общей массе маркеров женственности костюмов украинских дизайнеров.

Ключевые слова: коллекции одежды, костюм, женственность, дизайн-проектирование, украинские дизайнеры, *Ukrainian Fashion Week*, маркеры женственности, элементы костюма, одежда, аксессуары, обувь.

Abstract

**Yakymchuk O.V.** **Component-elemental markers of femininity in costumes of Ukrainian designers.** The article highlights the problem of displaying femininity in the costume of Ukrainian designers. Suggested the use of characteristic costume elements as a marker of femininity within the three main subject-element groups (clothes, accessories, shoes). These include: clothes (dresses, skirts, blouses, corsetry, fur coats); accessories (jewelry (beads, necklaces, bracelets, earrings, brooches, rings, pendants), headwear (hats, headbands, garlands, turbans, hoops, scarves, hats), scarf-panty products, stockings, tights, clutches, bags, mittens, umbrellas from the sun); shoes (shoes (boot shoes, ballet shoes, hairpins, heels, on a tanket,

*with an open sock), boots (on studs, heels, on a tanket, boots, stockings), bootills (on studs, heels, on a tankette), sandals (on studs, heels, on a tankette).*

*Based on collected photographic material formed empirical research base, which is clearly represented in the empirical matrix of the indication of feminine markers costume of Ukrainian designers. Analyzed 114 collections of women's clothing of 36 Ukrainian designers presented on the Ukrainian Fashion Week shows from 2010 to 2018, using feminine costume items and indented them as feminine markers in the costume system.*

*Graphically presented three degrees of counteraction of women's clothing, accessories and footwear within each group. Determine the specific weight of each element in the total mass of women's feminine costumes of Ukrainian designers. Confirmed stereotyped axioms regarding the use in designing a feminine costume such markers as dresses, skirts, blouses, shoes with studs and heels, as well as jewelry (earrings, necklaces).*

*Keywords: collection of clothes, costume, femininity, design-projection, Ukrainian designers, Ukrainian Fashion Week, feminine markers, costume items, clothing, accessories, shoes.*

*Стаття надійшла в редакцію 02.02.2018 р.*

*Стаття прийнята до друку 22.02.2018 р.*