



УДК 7.012:001.891

КРИТЕРІЇ ДИЗАЙНУ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ ДІЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

ЧУПРИНА Наталія¹, КРЕДЕНЕЦЬ Неля², ГОМА Дарина³,
ОКРЕПКА Христина⁴

1, 3,4 Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

2 Львівський фаховий коледж індустрії моди КНУТД, Україна
chouprina@ukr.net

Визначено основні передумови проектування ділового жіночого одягу у суспільстві ХХ століття. Охарактеризовано специфіку ділового одягу як похідного напрямку костюма класичного стилю. Здійснено класифікацію основних видів ділового іміджу, в залежності від проектного образу споживача. Обґрунтовано принципи проектування асортименту жіночого одягу ділового призначення для різних типів споживачів. Визначено, що найбільш широкою основою для дизайну жіночого одягу ділового призначення є характеристики класичного стилю. Сформульовано визначальні асортиментні позиції дизайну жіночого одягу ділового призначення та критерії їх комплексної організації.

Ключові слова: жіночий одяг, ділове призначення, діловий імідж, проектний образ, класичний стиль, стиль «Шанель».

ВСТУП

Сьогодні жінки працюють та часом займають такі посади, які раніше належали виключно чоловікам. Проте, класичний одяг, а саме сукні, тепер не є першочерговим одягом для ділової жінки. Сьогодні це костюми, які є досить різноманітними: костюми зі спідницями різної довжини та фасонів, брюками різноманітного крою та класичними сукнями. Сьогоднішня ділова мода більш демократична. Початок нового тисячоліття знаменує вільний силует, а костюм у чистому його вигляді вже не є обов'язковим. Дизайнерські та ритейл-бренди жіночого одягу можуть запропонувати безліч варіантів ділових костюмів. Це також прийнятна альтернатива традиційному костюму. Вибір залежить тільки від фігури, особистих схильностей до стилю, кольору та фінансових можливостей.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даної роботи є формування проектно-композиційних критеріїв дизайну жіночого одягу ділового призначення на основі визначальних характеристик класичного стилю у художньому проектуванні костюма.



РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Так званий «діловий стиль» відмінний від повсякденного та має свої незмінні риси й особливості. Такий одяг повинен бути елегантним, функціональним та підкреслювати статус своєї власниці. Класичний діловий жіночий одяг має чіткий крій, лаконічну та скромну обробку, благородні кольори. Проте, палітра кольорів стала достатньо різноманітною останнім часом: класичний чорний все ще в моді, як і різноманітні відтінки сірого, синій, коричневий, зелений, хакі. І це ще неповний перелік кольорів, що схвалюються для ділового жіночого одягу.

Поняття «жіночий діловий костюм» ввела Габріель Шанель, єдиним штрихом дизайнерського пера звільнивши жінок від багатозарових спідниць та незліченних рюшечок-воланчиків, у яких неможливим було не тільки працювати, але й жити. За основу універсальних обладунків бізнес-леді вона взяла класичний англійський костюм з вузькими лацканами, жорсткою лінією плеча та прямою спідницею нижче коліна.

Класичний стиль є одним із найстаріших стилів у сучасному одязі. Його більш рання назва – «англійський стиль», тому що він прийшов із Англії XVII століття, а потім поширився по всій Європі. У перекладі з латини слово «класичний» означає «першокласний, зразковий, такий, що належить до першого розряду». Спочатку класичні речі носили тільки чоловіки, але пізніше і «слабка половина» людства стала носити речі даного стилю. Класика – стиль перевірений часом, він актуальний завжди і доречний практично скрізь. Класичний стиль не має чітких вікових обмежень, він пасує усім. Зрозуміло, для кожної вікової категорії пропонуються різні фасони одягу в рамках даного стилю.

Класичний стиль – це стиль людей інтелектуальної праці: керівників, державних службовців, менеджерів, педагогів, юристів. Класичному стилю відповідає строгість, простота, практичність, елегантність, функціональність, відповідність фігурі, зразковість, комфортність [2]. Речі класичного стилю не впадають в око, а привертають увагу своєю якістю. Такий одяг припускає почуття міри у всьому: у формі та об'ємі, кольоровій гамі, обробці, художньому оформленні та, звичайно, у манерах та поведінці. Із класики виник «діловий» стиль в одязі та діловий імідж, у якому також цінується, насамперед, функціональність та зручність.

Основними ознаками класичного стилю є:

- силует – прилягаючий, напівприлягаючий або прямий;
- форма – прямокутна;
- крій рукава – вшивний, реглан або цілнокроєний із листочками;
- деталі – коміри піджачного типу;
- кишені – в рамку з листочкою, із клапаном;
- обробка – строги гудзики невеликого розміру, ретельно підібрані в колір костюма; краї виробу обробляються строчкою у колір або без неї за допомогою ручних невидимих стібків.



Відкритими залишаються шия, кисті рук, ноги нижче колін. Класична довжина – трохи нижче або ледве вище колін, максі. Головне в класичному стилі – зберегти та підкреслити пропорції людського тіла.

Імідж бізнес-леді повинен асоціюватися з компетентністю та надійністю. Більшість стилістів погоджується із модельєром Дж. Армані, який, в свою чергу, вважає, що елегантність – це «уміння викидати зайве» [1]. Сутність ділового іміджу полягає у зібраності, пунктуальності, строгості, консерватизмі, стабільності, благополуччі, достатку, стриманості, оперативності та охайності.

У гардеробі ділової жінки існує декілька варіантів ділового іміджу, найбільш характерні з яких – діловий, класичний, «Шанель» (табл. 1).

Таблиця 1 - Характерні риси основних варіантів жіночого ділового іміджу

Назва	Характерні риси
Діловий	<ul style="list-style-type: none">- <i>силует</i>: прямий, напівприлеглий, трапецевидний, розширений до низу;- <i>форма</i>: прямокутна, трикутна;- <i>об'єм</i>: повинен забезпечувати деяку свободу руху;- <i>колорит</i>: пастельні тони певного кольорового типу;- <i>пропорції</i>: середня довжина до середини лінії колін. <p><i>Може складатися із: жакет+спідниця; жакет+брюки.</i></p>
Класичний	<ul style="list-style-type: none">- <i>силует</i>: напівприлеглий або прямий;- <i>форма</i>: прямокутна;- <i>об'єм</i>: облягаючий;- <i>деталі</i>: комірці піджачного типу, кишені в рамку з листочкою, із клапаном та ін.;- <i>оздоблення</i>: суворі гудзики невеликого розміру, ретельно підібраний колір костюму. <p><i>Може складатися із: жакет+спідниця+блузка; сукня+жакет; сукня+жилет; сукня+жилет+жакет; брюки+блузка+жакет.</i></p>
Шанель	<ul style="list-style-type: none">- <i>силует</i>: прямий або напівприлеглий;- <i>форма</i>: прямокутна;- <i>довжина</i>: ледь прикрите коліно;- <i>оздоблення</i>: шнур, кант, тасьма, великі гудзики;- <i>комір</i>: великий або взагалі відсутній;- <i>тканини</i>: натуральні типу джерсі, твід. <p><i>Може складатися із: сукня+жакет; спідниця+блузка+жакет; спідниця+блузка+пальто.</i></p>

Діловий варіант є основним. Він так і називається - діловий для бізнес-леді. Заснований цей варіант на трьох складових іміджу – стриманість, витонченість та зручність. Традиційна комплектність ділового костюму: сукня із жакетом; спідниця із блузою, жакетом; спідниця із блузою та пальто [3].



До класичного англійського ділового костюму французька Габріель Шанель додала декілька яскравих деталей. Варто сказати, що вона в основному створювала одяг у комплекті відразу. Це могла бути сукня із жакетом або спідниця з блузою та жакетом, спідниця з блузкою та пальто [2]. Основними аксесуарами до усіх цих костюмів у стилі «Шанель» є легка шаль, яка як правило, зав'язувалася на шиї бантом; постійно присутні декоративні ґудзики та оригінально оформлені кольорові канти. Зі стилем «Шанель» завжди поєднуються перли, масивна біжутерія, а також золото. Діловий імідж «Шанель» надає жінці набагато більше можливостей, ніж класичний діловий чи консервативний бізнес-стиль [1].

ВИСНОВКИ

За результатами порівняльного аналізу чотирьох основних стилів у художньому проектуванні костюма (класичного, етнічного, фантазійного та спортивного) можна зробити висновок, що класичний стиль є першоосною для трьох інших. На основі класичного стилю протягом ХХ століття сформувалась культура жіночого одягу ділового призначення та ділового іміджу, яка, в свою чергу, стала основою для проектування широкого спектру жіночого вбрання в різних сегментах сучасного ринку модного одягу та створення актуальних проектних образів, в яких реалізуються поточні модні тенденції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зелінг Ш. Мода. Век модельєров 1900-1999. Кельн, 2000. 590с.
2. Колосніченко М.В., Пашкевич К.Л. Мода і одяг. Основи проектування та виготовлення одягу. К.: КНУТД, 2018. 238 с.
3. Чупріна Н. В. Система моди ХХ – початку ХХІ століття: проектні практики та чинники функціонування (європейський та український контексти): монографія. К. : КНУТД, 2019. 476 с.

CHUPRINA N., KREDENETS N., HOMA D., OKREPKA K.

CRITERIA FOR DESIGN OF WOMEN'S CLOTHING FOR BUSINESS PURPOSE

The basic prerequisites for the design of business women's clothing in the society of the XXth century are identified. The specificity of business clothing as a derivative direction of a classic-style suit is characterized. The classification of the main types of business image, depending on the design image of the consumer, is made. The principles of designing an assortment of women's clothing for business purposes for different types of consumers are substantiated. It is determined that the broadest basis for the design of women's clothing for business purposes is the characteristics of classic style. The definitive assortment positions of the design of women's clothing for business purpose and criteria of their complete organization are formulated.

Keywords: *women's clothing, business purpose, business image, project image, classic style, Chanel style.*