



УДК 7.05:687.01

ЧОЛОВІЧА МОДА ЯК АКТУАЛЬНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ МОДНОГО ОДЯГУ

Студ. В. Печерська, гр. БДк 4-13

Студ. А. Подобна, гр. БДк 1-14

Науковий керівник доц. Н.В. Чупріна

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. В даному дослідженні розглядаються такі актуальні питання, які змушують звернути увагу на чоловічу індивідуальність та їхній зовнішній вигляд, а саме: вплив соціально-культурних стереотипів на чоловічу моду та звільнення від них, з метою створення сучасної чоловічої колекції шляхом гармонізації співвідношень мужності та елегантності, повернення природної чоловічої краси та сили.

Об'єкт дослідження. В даній роботі вирішуються такі актуальні питання, які змушують звернути увагу на чоловічу індивідуальність та їхній зовнішній вигляд, а саме: вплив соціально-культурних стереотипів на чоловічу моду та звільнення від них, з метою створення сучасної чоловічої колекції шляхом гармонізації співвідношень мужності та елегантності, повернення природної чоловічої краси та сили.

Методи і засоби дослідження. Методологічна основа дослідження являє собою комплекс загальнонаукових принципів: метод історично логічного розвитку надає можливість дослідити чоловічий костюм у процесі розвитку та взаємозв'язку з оточуючим середовищем; класифікація та порівняльний аналіз сучасних типів чоловіків, категорій типу споживачів, переваг в одязі та характерних стилів допомогли краще вивчити потреби споживача на ринку модного одягу та створити перспективну чоловічу колекцію сучасного одягу.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. Наукова новизна даного дослідження та практичний інтерес для практики проектування костюма полягає в тому, що в роботі досліджено основні типи сучасних чоловіків як споживачів на модному ринку одягу, з метою створення сучасної чоловічої колекції на певний перспективний період часу; розроблені рекомендації з творчо осмисленого та обґрунтованого використання композиційно-конструктивних елементів чоловічого костюму в створенні перспективних моделей одягу; створена база даних композиційних елементів образно-інформативної структури чоловічого одягу, яка демонструє можливість різноманітних варіантів при проектуванні сучасного чоловічого костюму.

Результати дослідження. Чоловіча мода зіткнулася з серйозними випробуваннями на протязі усього ХХ століття. В нашій країні, яка пережила неоднозначні радянські часи, було багато як позитивних, так і негативних моментів, однак надмірний прояв індивідуальності однозначно не заохочувався. Саме в радянський час виникло відчуття, що мода існує тільки для жінок, а модні товари для чоловіків – це швидше доповнення до жіночих колекцій, ніж самостійний напрям. Таким чином, адекватне сприйняття чоловічої моди було вбито на довгі роки і почало повертатися порівняно недавно. Малодослідженими на сьогодні залишаються впливи економічного, соціального та культурного розвитку на сучасного чоловіка, його стиль життя, зовнішній вигляд. А саме вплив соціально-культурних стереотипів на чоловічу моду, які склалися у масовій культурі. Наше сприйняття моди і людей залежить багато в чому від тих ідей і образів, які поширені в конкретному суспільстві або культурі. Не утруднюючи себе глибоким аналізом цих ідей ми обмежуємося лише поверхневими



знаннями, створюючи все нові стереотипи. Деякі автори, такі як М.-А. Роберт, Ф. Тільман, вважають, що подібного роду стереотипами оперують без всякої на те об'єктивної підстави. Оперування стереотипами в даному випадку представляється як перешкода для правильного сприйняття чоловіка. Люди перестали враховувати те, що він думає і відчуває, забули про його потреби і сутність. Свідоме самообмеження чоловіків і підтримка з боку жінок сформували антимодний стереотип, що наші дизайнери останнім часом починають ламати. Але на повноцінні колекції для сильної статі наважуються лічені одиниці. Адже, такий дизайнер не повинен боятися бути неправильно зрозумілим або не ухваленим, ламаючи стереотипи про чоловіків та чоловічу моду. Хоча костюм для багатьох чоловіків залишається єдиним і певною мірою обов'язковим діловим одягом, багато з них стали віддавати перевагу курткам, блузонам, жилетам, які носять цілком самостійно, незалежно від костюма. Чоловіки стали більше цікавитися модою, все частіше відмовлятися від одягу темних тонів, їм хочеться виглядати свіжо, святково, ошатно і розкуто.

Цікаво, що Європейський салон чоловічої моди, який проводиться два рази на рік, фіксує постійно зростаючий інтерес до чоловічої моди. Так, наприклад, ще у 1985 році Клод Мізері, президент французької Федерації чоловічої моди, відзначив, що якщо ринок жіночого одягу досяг точки насичення, то ринок чоловічого одягу розширився на 50%. «Наша статистика говорить про те, що 65% чоловіків все ще індіферентні, але 35% пристрастилися до моди – це вселяє надію. З цих 35% чверть на різні випадки одягають різні речі. Вони знають, як поєднувати кольори, підбирають нові різні атрибути, взагалі їм просто подобається вбиратися. І, нарешті, 10% повністю розкуті та не зупиняються ні перед чим, вони – «справжня рушійна сила». Вони одягаються у Жана Поля Готьє». Будинки моди, які раніше займалися переважно виробництвом жіночого одягу, тепер навперебій пропонують чоловічі новинки. Кензо, наприклад, з успіхом продає чоловічі речі нової лінії – хакама (так називалися штани самураїв). Клод Монтана пропонує покупцям екстравагантний чоловічий одяг, який користується великим успіхом в Італії. У колекціях, які були запропоновані на Салоні цього року, чоловікам було запропоновано не просто більш зручний, м'який, об'ємний одяг, але і більш яскравий. Таким чином, можна прослідкувати, що стереотипи в даному випадку спотворюють наше сприйняття чоловіків та є перешкодою для встановлення взаєморозуміння з ними. Як результат, чоловіча мода, для більшості наших чоловіків і жінок, все активніше виходить за межі вибору того чи іншого кольору краватки і більш симпатичних туфель, а шарф-хомут або краватка-метелик більше не вважаються підозрілими.

Висновки. Домінуючими якостями чоловіків XXI століття є індивідуалізм, інтелект, заповзятливість та стратегічність. Вони з легкістю освоюють нові технології, мобільні та перспективні. Одним словом, чоловіки – найуспішніша та просунута половина людства. Принаймні, саме так вони самі себе позиціонують. Чоловікам не в меншій мірі, ніж жінкам, важливо вміти підкреслити переваги своєї зовнішності та затушувати її недоліки. Впевненість у собі, важлива для модного чоловіка, - залежить багато в чому від того, в якій фізичній формі він знаходиться, як одягнений, як виглядає. І все ж при всьому бажанні, щоб уникнути прикрих прорахунків у взаєминах з модою, напевно, іноді варто йти на певний ризик та ламати стереотипи, замінюючи консервативність – пошуком, традиційність – експериментом, невпевненість – розкутістю.

Ключові слова: мода, чоловічий костюм, проектування актуального одягу, продукт моди, чоловіча мода, стильовий напрям.