

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА ДИЗАЙНУ
Факультет дизайну
Кафедра мистецтва та дизайну костюма

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

Розробка колекції жіночого одягу на основі адаптації образно-
проектних властивостей буржуазної моди 1930-х рр.

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Дизайн одягу

Виконала: студентка групи БДо1-20

Сенцова А.О.

Науковий керівник д. мист., проф.

Чупріна Н.В.

Рецензент к.т.н., доц. Кокоріна Г.В.

Київ 2024

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну
Кафедра мистецтва та дизайну костюма
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 022 Дизайн
Освітня програма Дизайн одягу

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри МДК

д.мист. проф. Наталія ЧУПРИНА
“ ____ ” _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Сенцовій Аліні Олегівні

1. Тема кваліфікаційної роботи Розробка колекції жіночого одягу на основі адаптації образно-проектних властивостей буржуазної моди 1930-х рр.

Науковий керівник роботи Чуприна Наталія Владиславівна, д.мист., проф. затверджені наказом КНУТД від «01» березня 2024 р. № 49 уч

2. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: наукові публікації та джерела за темою та дослідження з дизайн-проектування одягу на адаптації образно-проектних особливостей стильових напрямів та актуальних тенденцій моди

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити): Вступ, Розділ 1. Аналітичний, Розділ 2. Проектно-композиційний, Розділ 3. Конструкторський, Загальні висновки, Список використаних джерел, Додатки

4. Дата видачі завдання лютий 2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	лютий 2024	
2	Розділ 1. Аналітичний	березень 2024	
3	Розділ 2. Проектно-композиційний	квітень 2024	
4	Розділ 3. Конструкторський	травень 2024	
5	Загальні висновки	травень 2024	
6	Оформлення кваліфікаційної роботи (чистовий варіант)	червень 2024	
7	Подача кваліфікаційної роботи науковому керівнику для відгуку(за 14 днів до захисту)	червень 2024	
8	Подача кваліфікаційної роботи для рецензування (за 12 днів до захисту)	червень 2024	
9	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність ознак плагіату та текстових співпадінь (за 10 днів до захисту)	червень 2024	
10	Подання кваліфікаційної роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	червень 2024	

З завданням ознайомлений:

Студент _____

Аліна СЕНЦОВА

Науковий керівник _____

Наталія ЧУПРІНА

АНОТАЦІЯ

Сенцова А.О. Розробка колекції жіночого одягу на основі адаптації образно-проектних властивостей буржуазної моди 1930-х рр. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2024 рік.

У кваліфікаційній роботі надані результати дослідження впливу соціальних, політичних та культурних умов Великої Депресії на проектування одягу та дизайн-діяльність Будинків моди. Проаналізовано вплив кризи на модні тенденції, ринок модного одягу, альтернативні способи задоволення потреб в одязі, особливості дизайну одягу буржуазного і робочого класів. Охарактеризовано аспекти впливу Великої Депресії на діяльність модельєрів та Будинків моди 1930-х років. Вивчено модні тенденції, стилістику одягу, матеріали, кольори та аксесуари в розробці одягу 1930-х років. Визначено особливості моди як засобу протесту, виживання та змін під час Великої депресії. Виявлено взаємозв'язок між соціокультурними змінами та модою під час Великої депресії. Встановлено, що криза в період Великої Депресії мала потужний вплив на моду, тенденції та ставлення споживачів до одягу, в залежності від класу: буржуазний клас сприймав моду, як засіб психологічного спокою, робочий – шукав альтернативні способи задовільнити модні потреби.

Ключові слова: *дизайн одягу, тенденції моди, буржуазна мода, стилістика, образно-проектні рішення, дизайн-проекування*

SUMMARY

Sentsova A.O. Design of a collection of women's clothing based on the adaptation of the image and design properties of bourgeois fashion of the 1930s. – Manuscript.

Qualification work of higher education applicant of the first (bachelor) level in specialty 022 Design – Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2024. The qualification work presents the results of the study of the influence of the social, political and cultural conditions of the Great Depression on the design of clothes and design activities of Fashion Houses. The influence of the crisis on fashion trends, the market of fashionable clothes, alternative ways of satisfying clothing needs, the peculiarities of bourgeois and working class clothing design are analyzed. Aspects of the influence of the Great Depression on the activities of fashion designers and Fashion Houses of the 1930s are characterized. Fashion trends, clothing styles, materials, colors and accessories in the development of clothing in the 1930s were studied. Features of fashion as a means of protest, survival and change during the Great Depression are identified. The relationship between sociocultural changes and fashion during the Great Depression is revealed. It was established that the crisis during the Great Depression had a powerful impact on fashion, trends and consumer attitudes towards clothing, depending on the class: the bourgeois class perceived fashion as a means of psychological peace, the working class looked for alternative ways to satisfy fashion needs.

Key words: *fashion design, fashion trends, bourgeois fashion, stylistics, image-project solutions, design-projection, project image of the collection.*

ЗМІСТ

Вступ	5
Розділ 1. Аналітичний	8
1.1. Соціальні, політичні, культурні передумови виникнення Великої Депресії	8
1.2. Вплив економічної кризи на моду та соціальні настрої в 1930-х рр.	10
1.3. Вплив мистецтва та кінематографа на створення модних образів 1930-х рр.	15
1.4. Еволюція моди 1930-х років: класові відмінності, розвиток стилю та вплив на гендерні ролі та ідентичність	19
1.5. Вплив Великої Депресії на діяльність модельєрів та Будинків моди 1930-х років	26
1.6. Особливості моди 1930-х років	33
1.7. Розвиток супутніх напрямів індустрії моди та розкоші 1930-х рр.	36
Висновки до розділу 1	37
Розділ 2. Проєктно-композиційний	39
2.1. Аналіз проєктних характеристик творчого першоджерела	39
2.2. Визначення типу та образу споживача	42
2.3. Тип і структура колекції	46
2.4. Художній та композиційний аналіз ескізів виробів дизайн-проєкту	47
Висновки до розділу 2	51
Розділ 3. Конструкторський	53
3.1. Вибір моделей для проєктування	53
3.2. Вибір матеріалів	58
3.3. Вибір способу розробки об'ємно-просторової форми моделей колекції	64
3.4. Розробка конструкції моделей колекції	67
Висновки до розділу 3	75
Загальні висновки	76
Список використаних джерел	78
Додатки	83

ВСТУП

Актуальність теми. Мода завжди відображала соціокультурні зміни свого часу, втілюючи як естетичні, так і практичні аспекти життя суспільства. Одним із періодів, коли мода набула особливого значення як виразник соціальних та економічних змін, була Велика депресія 1930-х років. Цей період у світовій історії характеризувався глибокою економічною депресією, безробіттям, обмеженнями і труднощами в усіх сферах життя. У ці складні часи мода стала не лише засобом вираження стилю та смаку, а й важливим елементом самовираження, протесту, виживання та змін.

Велика депресія була складним і різноманітним періодом, а мода в різних країнах і соціальних групах характеризувалася унікальними особливостями. Щоб зрозуміти цю тему повніше, дослідження охоплює більше фонових факторів і вивчає вплив моди на різні аспекти життя людей у цей період.

На додачу, Велика депресія мала великий вплив на соціальну, політичну та культурну ситуацію того часу. Вона призвела до високого рівня безробіття, економічної нестабільності та соціальної напруженості. Проте, вона сприяла появі та розвитку значної кількості культурних явищ, мистецьких проєктів та ідеалів краси, новацій у формуванні нових стильових рішень, проєктних образів та тенденцій моди. Багато людей стали жертвами кризи, але в той же час з'явилися нові культурні рухи і творчість, які відображали болючі реалії того періоду.

Таким чином, дослідження моди під час Великої Депресії 1930-х років виявляє важливі аспекти взаємозв'язку між модою та соціально-економічними умовами. Мода стала засобом вираження ідентичності, протесту та адаптації до складних обставин. Результати цього дослідження створюють основу та сприяють розвитку дизайну одягу з огляду на його історичний контекст і соціальний вплив.

Метою дослідження є вивчення мистецько-культурного контексту та моди під час Великої Депресії 1930-х років та визначення взаємозв'язку між соціальними, економічними та культурними факторами і модними тенденціями того періоду. Дослідження має на меті зрозуміти роль моди як вираження

соціальних змін та проаналізувати вплив економічних обмежень на стилі, матеріали, кольори та аксесуари, характерні для моди того часу.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішено такі **завдання**:

- проаналізувано соціальний, економічний та культурний контекст явища Великої Депресії та її вплив на моду;
- досліджено особливості впливу економічної кризи на моду та соціальні настрої в 1930-х рр.;
- охарактеризовано аспекти впливу Великої Депресії на діяльність модельєрів та Будинків моди 1930-х рр.;
- вивчено модні тенденції, стилістику одягу, матеріали, кольори та аксесуари в розробці одягу 1930-х рр.;
- визначено особливості моди як засобу протесту, виживання та змін під час Великої депресії;
- виявлено взаємозв'язок між соціокультурними змінами та модою під час Великої депресії.

Об'єктом дослідження визначено європейську буржуазну моду 1930-х років. **Предмет дослідження** – особливості моди та розробки модного одягу для широких верств населення під впливом соціо-економічної кризи періоду Великої депресії.

Методи дослідження застосовано у відповідності до вирішення поставлених завдань. В роботі застосовано літературно-аналітичний та предметно-аналітичний методи при роботі з використаними джерелами інформації. В роботі застосовано методи аналізу, синтезу, узагальнення, за допомогою яких здійснено аналіз взаємовпливу різних аспектів функціонування моди та її суб'єктів в період Великої депресії. Здійснено порівняльний аналіз класових відмінностей європейської моди та дизайн-діяльності провідних Будинків моди та модельєрів 1930-х рр. В якості джерел інформації використані історичні документи, статті, книги та періодичні видання, присвячені моді та соціокультурному контексту функціонування суспільства споживання 1930-х рр.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що визначено вплив Великої Депресії на тогочасну моду та охарактеризовано роль моди у

репрезентації соціальних, економічних та культурних змін відповідного періоду розвитку дизайну та моди. Дослідження розкриває специфіку модних тенденцій, фасонів одягу та матеріалів, що використовувалися в 1930-х роках, а також ознаки інноваційності та креативності. В роботі охарактеризовано основні етапи еволюції моди 1930-х років: класові відмінності, розвиток стилю та вплив на гендерні ролі та ідентичність та визначено основні риси адаптації основних властивостей моди 1930-х рр. у дизайн-діяльності сучасних брендів модного одягу при реалізації актуальних тенденцій моди.

Практичне значення отриманих результатів. Результати дослідження мають практичне значення, оскільки сприяють кращому розумінню взаємовідносин між модою та суспільством у кризові часи, в тому числі в ХХІ столітті. Вони можуть бути використані в подальших дослідженнях і лекціях з історії моди та культури, а також слугувати натхненням для сучасних дизайнерів і творців моди для створення нових колекцій, що відтворюють дух і естетику 1930-х років.

Отримані результати також мають практичне значення для сучасних дизайнерів і творців моди. Вони можуть слугувати джерелом натхнення при створенні колекцій, які враховують історичний контекст та соціальні впливи. Дослідження також є основою для подальших розробок і поглибленого аналізу в галузі історії моди та культури.

Апробація результатів дослідження. Теоретичні результати дослідження було оприлюднено та обговорено на VI Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну» (Київ, КНУТД, 25 квітня 2024р.). Ескізний проєкт та виготовлену колекцію моделей було представлено у програмі Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів-модельєрів «Печерські каштани» (Київ, КНУТД, 2024р.)

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів з висновками, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг кваліфікаційної роботи складає 128 сторінок; обсяг основної частини роботи – 82 сторінки; додатки складають 46 сторінок.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНИЙ

Велика депресія, яка розпочалася у 1929 році і ширилась світом 10 років, була однією з найбільших економічних криз у світовій історії. Цей період мав значний вплив на соціальну, політичну та культурну ситуацію того часу.

У 1930-х роках світ перебував у лещатах Великої депресії, і це знайшло своє відображення в моді. Економічні обмеження вимагали більш скромного та економного стилю. Люди почали шукати більш доступний і простий одяг. Ось чому прості сукні з краватками та водолазками носили в найрізноманітніших поєднаннях.

Мода 1930-х років відображала економічні та соціальні умови того часу, що вплинули на розвиток косметичної промисловості та створення зачісок. Період Великої депресії, що тривав протягом 1930-х років, супроводжувався економічним спадом та фінансовими труднощами. Це мало великий вплив на моду того часу. Стриманість та економія стали визначальними характеристиками стилю 1930-х. Замість розкішних та екстравагантних вбрань попередніх десятиріч, мода 1930-х років відображала простоту та практичність [10].

1.1. Соціальні, політичні, культурні передумови виникнення Великої Депресії

Велика депресія супроводжувалася високим рівнем безробіття та помітним падінням рівня життя. Мільйони людей залишилися без даху над головою і були змушені шукати притулку в таборах для бездомних або отримувати допомогу від благодійних організацій. Дехто був змушений мігрувати в пошуках роботи та кращих умов життя. Соціальна напруженість зросла, і для багатьох сімей боротьба за виживання стала важкою. *Економічна криза* особливо сильно вплинула на деякі групи населення, зокрема на афроамериканців та іммігрантів. Вони зазнавали систематичної дискримінації і були змушені працювати за низьку заробітну плату, що ще більше погіршувало їхнє економічне становище. Соціальна солідарність також опинилася під загрозою. Багато людей втратили

віру в економічну і політичну систему, що призвело до зростання соціальної напруженості і соціальної нетерпимості. Благодійні, релігійні та громадські організації стали важливими джерелами підтримки та допомоги безробітним і бідним [8].

Велика депресія також мала значний вплив на тогочасну *політичну атмосферу*. Економічний спад і безробіття породили недовіру до існуючих політичних інституцій та організацій. У США політична влада переходила від республіканців до демократів. Президент Ф. Рузвельт прийшов до влади в 1933 р. з політикою "Нового курсу", яка обіцяла знизити безробіття, відновити економіку і поліпшити умови життя. Під час свого президентства він запровадив низку соціальних та економічних реформ, включаючи створення системи допомоги через безробіття, запровадив Федеральний трудовий проєкт та банківську реформу. Ці заходи допомогли послабити економічну напруженість і підвищити довіру населення до уряду [23]. Політична ситуація в інших країнах також була напруженою. Радикальні політичні рухи, такі як націонал-соціалісти в Німеччині та фашисти в Італії, стали популярними в багатьох європейських країнах. Економічна нестабільність і безробіття створили сприятливий ґрунт для поширення ідеологій, які обіцяли відновити економічне процвітання і національну велич.

Культурна ситуація часів Великої Депресії відображала вплив економічної кризи на суспільство і мистецтво. Люди були змушені зосередитися на виживанні, що призвело до змін у культурних пріоритетах і способі життя. Наприклад, розваги, такі як кіно і театр, стали розкішшю, яку багато людей не могли собі дозволити [10].

У живописі та літературі з'явилися теми бідності, безробіття та соціальних проблем. Такі твори часто ставали засобом протесту проти суспільства і закликом до змін. Наприклад, фотограф Дороті Ланг створила відому серію фотографій "Матері-мігрантки" (рис. А.1.1, А.1.2), яка втілила трагізм і труднощі життя в цей період [12].

Незважаючи на суворі умови, Велика депресія також відіграла важливу роль у формуванні та розвитку певних культурних рухів того часу. Одним із найвідоміших прикладів є Гарлемський ренесанс у Нью-Йорку. Гарлем став центром афро-американської культури, де відбулися значні зміни в музиці, літературі, живописі та танцях. Афро-американські художники, письменники та музиканти створювали нові твори, які відображали їхній досвід, ідентичність та боротьбу за рівні права. Такі видатні постаті, як Ленгстон Г'юз і Зора Ніл Херстон, стали визначними діячами Гарлемського ренесансу (рис. А.1.3, А.1.4).

Велика депресія також вплинула на тогочасну музику. Жанр блюзу став популярним серед афро-американських співаків і музикантів, які відтворювали у своїй музиці болючі переживання та емоції. Джаз, вже популярний жанр, також змінився, щоб відобразити настрій та енергію того часу. Такі музиканти, як Луї Армстронг і Дюк Еллінгтон, стали відомими зірками епохи.

Велика депресія також вплинула на кіно. Популярними стали фільми про життя в бідних кварталах, безробіття та соціальні конфлікти. Наприклад, знаменитий фільм Френка Капри "Вулиця" (1931 р.) розповідає історію безпритульних дітей у великому місті (рис. А.1.5, А.1.6). Такі фільми відображали тогочасну дійсність і стали засобом просвітництва та підвищення обізнаності [17].

1.2. Вплив економічної кризи на моду та соціальні настрої в 1930-х рр.

Витрати на моду можуть змінюватися залежно від ряду факторів, включаючи економічні умови, зміни способу життя, модні тенденції та особисту фінансову спроможність. Ось деякі загальні зміни, які можуть відбутися у витратах на моду та стильових уподобаннях:

економічні фактори: коли економіка нестабільна або доступність обмежена, люди розглядають можливість витратити більше на моду. Вони роблять менше покупок, шукають більш доступні варіанти або шкодують про непотрібні витрати. У таких випадках усвідомлений шопінг, вибір якісних

базових речей, які прослужать довго і дозволять створювати різні образи з обмеженої кількості вбрання, може допомогти визначити свій стиль;

соціальні тренди: зміни в модних тенденціях впливають на витрати на моду. Коли певний стиль або бренд стає популярним, ціна на його продукцію може зростати. У шанувальників моди може виникнути спокуса слідувати цим тенденціям і збільшити свої витрати. Однак, рішенням для стилізації стає пошук універсальних предметів гардеробу, які можна комбінувати між собою і використовувати для різних образів. Таким чином, з обмеженою кількістю речей можна створювати різноманітні стилі;

У складний період, такий як економічна криза, мода може відігравати важливу роль у підтримці *психологічного комфорту* людей. Вибір доступного одягу і аксесуарів, які все ще виглядають стильно та доглянуто, може допомогти людям відчувати себе більш впевнено та контролювати ситуацію. Мода може стати засобом самовираження та позитивного налаштування у складних обставинах [24].

Під час Великої депресії, яка тривала з приблизно 1929 до початку 1940-х років, мода відіграла важливу роль у формуванні та розвитку різних субкультур. Цей період в історії Сполучених Штатів Америки був визначений економічною кризою, безробіттям та соціальною нестабільністю. Такі умови сприяли виникненню нових способів самовираження та пошуку ідентичності через моду.

Одна з найвідоміших субкультур того періоду була богемна субкультура або «бохеміанський стиль». Ця субкультура втілювала протест проти традиційних соціальних норм та високопретензійної моди. Люди, які належали до цієї субкультури, виражали свою індивідуальність через незвичайний одяг, яскраві кольори, нестандартні принти та аксесуари. Вони надавали перевагу більш вільному та неконформному стилю, що відрізнявся від традиційних модних течій.

Бохеміанський стиль був натхненний художниками, письменниками та інтелектуалами, які шукали свободу вираження та відступали від конформного способу життя. Вони часто обирали одяг, який підкреслював їх творчість та

індивідуальність, такі як потріскані джинси, в'язані светри, квіткові принти та невимушені форми. Важливою частиною бохеміанського стилю були також аксесуари, зокрема широкі краватки, шкіряні ремені, шапки та шарфи [19].

Іншою важливою субкультурою була молодіжна спільнота. Молодь того часу відчувала вплив економічної кризи та соціальної нестабільності, і вони шукали способи виразити свої протести та незалежність через моду. Молоді люди створювали свої унікальні стильові рішення одягу, які відображали їхню молодіжну енергію та бажання вийти за рамки традиційних норм. Це можна було побачити в таких елементах одягу, як джинси, спідниці з коротшою довжиною, стильні куртки та аксесуари. Джинси були символом простоти та практичності, і їх використовували як протиставлення багатошаровим та складним костюмам, які були популярні в попередні десятиліття. Молоді люди також використовували джинси, щоб виразити свою незалежність та протестувати проти соціальних обмежень [28].

Для дівчат мода того періоду поєднувала спідниці з коротшою довжиною, які були відступом від традиційних довгих спідниць. Це було символом сміливості та сексуальності. Молоді дівчата також почали носити стильні куртки та пальта, які додавали їхньому образу модерність та стиль.

Аксесуари також відіграли важливу роль у формуванні моди того часу. Молодь використовувала широкі краватки, які символізували свободу і неприв'язаність до усталених традицій. Шкіряні ремені, шапки та шарфи також були популярними аксесуарами, які додавали стилю індивідуальності та виразності [31].

Однак, варто зазначити, що не всі молоді люди мали можливість дотримуватися останніх модних тенденцій через економічну кризу та обмежені фінансові можливості. Багато людей були змушені виготовляти одяг власноруч або купувати вживане вбрання. Це призвело до появи унікальних стильних комбінацій та використання нетрадиційних матеріалів.

Крім бохеміанського стилю та молодіжної субкультури, варто згадати про афроамериканські субкультури того періоду, такі як "гарлемський ренесанс". Це

був культурно-художній рух, який виник в Гарлемі, районі Нью-Йорка, і підкреслював гордість та культурну спадщину афроамериканського населення. У рамках цього руху мода відіграла важливу роль у підсиленні самовиразності та відрізнялася яскравими кольорами, витонченими тканинами й унікальними принтами. Гарлемський ренесанс сприяв розвитку талановитих афроамериканських дизайнерів, модельєрів та стилістів. Вони створювали свої унікальні колекції, які відображали афроамериканську культуру та естетику. Це було важливим кроком у розширенні модної індустрії та визнанні внеску афроамериканських дизайнерів у світ моди [25].

Під час Великої Депресії мода також відображала практичність та економічну обмеженість багатьох людей. Багато людей змушені були шукати економні способи одягатися, і це вплинуло на модні тенденції того періоду. Прості форми, використання доступних матеріалів та ремонт одягу стали поширеними практиками. Люди намагалися зберегти або модифікувати свій одяг, щоб продовжити його термін служби. У деяких випадках мода стала засобом вираження солідарності та підтримки. Наприклад, у 1930-х роках був популярний одяг з логотипами та написами, що відображали підтримку президента Ф. Рузвельта та його програми "New Deal".

Також варто згадати, що під час Великої Депресії поширеною практикою стало використання вторинного одягу або одягу з вторинних ринків, так званих блошиних. Це був економічно вигідний варіант для багатьох людей, які не могли дозволити собі нові речі. Використання вторинного одягу сприяло розвитку самодостатності та екологічної свідомості, оскільки воно сприяло переробці та використанню вже існуючих речей [59].

Таким чином, під час Великої Депресії мода та субкультури відіграли важливу роль у вираженні ідентичності, протесту та самовираження. Варіативність стилів та підходів до моди відображала різноманітність соціальних, культурних та економічних умов того періоду. Бохеміанський стиль, молодіжні субкультури та афроамериканські рухи змінювали модні стандарти та сприяли розвитку креативності та індивідуальності. Водночас, практичність та

економічна нестабільність вплинула на модні тенденції, що відобразилося в простих формах та використанні доступних матеріалів. Багато людей долучались до самостійного ремонту та модифікації одягу, щоб продовжити його життєвий цикл. Також варто зазначити, що під час Великої Депресії мода стала більш доступною для широкої маси населення. Масове виробництво та масова культура поширилися, що сприяло появі більш доступних цінових пропозицій у сфері моди.

Отже, під час Великої Депресії мода продовжувала розвиватися, але з певними особливостями, враховуючи економічну ситуацію того періоду. Вона стала засобом вираження індивідуальності, солідарності та економічної необхідності. Цей період в історії дизайну відображає важливість моди як виразника соціальних, культурних та економічних контекстів свого часу.

Ставлення безробітних до моди в 1930-х роках дуже різнилося залежно від конкретних обставин та особистих переконань. Деякі з них могли бути байдужими до моди, оскільки їхнім пріоритетом було задоволення базових потреб, таких як їжа, одяг, житло та пошук роботи. У таких випадках мода не розглядалася як пріоритет, а одяг був простим і функціональним [7, 27].

З іншого боку, для деяких безробітних мода була важливою складовою їх ставлення до буття. Вони розглядали одяг як засіб вираження своєї особистості та індивідуальності, а також дотримувались певного стилю, щоб зберегти впевненість у собі або прагнути виглядати якнайкраще, незважаючи на складні обставини. Крім того, мода могла бути засобом самовираження і розваги для безробітних, які шукали спосіб втекти від проблем і реалій повсякденного життя. Вони могли черпати натхнення з глянцевого журналізму, фільмів чи тогочасної популярної культури і намагалися слідувати модним тенденціям. Іншими словами, це зародило основи концепції, яку зараз прийнято називати «швидкою мовою».

Іншими словами, у 1930-х роках, коли економічні труднощі та безробіття були поширеним явищем, багато людей шукали альтернативні способи задоволення своїх модних потреб [22]. Деякі з них включали в себе:

одяг ручної роботи: щоб заощадити гроші і мати власний стиль, багато людей почали робити вбрання своїми руками. Вони шили або перешивали старий одяг, використовували вживані тканини або створювали власні образи з недорогих матеріалів. Це зробило модні речі більш доступними;

вторинні ринки: вторинні ринки, такі як магазини вживаного одягу та базари, стали популярними серед людей, які шукали більшої доступності до модних речей. Люди могли знайти якісні речі, які були у вжитку, але все ще мали гарний вигляд і стиль. Це був спосіб отримати якісний одяг за нижчою ціною;

обмін одягом: існували ініціативи з обміну одягом, де люди могли обмінюватися вживаними речами з іншими. Це дозволяло людям отримати новий одяг, не витрачаючи грошей. Такі обміни могли бути організовані громадою або родиною та друзями;

власна творчість і переробка: деякі люди використовували власний хист до творчості та навички, щоб переробити старий одяг або надати йому нового вигляду. Вони прикрашали одяг вишивкою, додавали деталі або створювали унікальні аксесуари. Це дозволило людям отримати особливі та унікальні речі, які відображають їхню творчість і стиль.

Задовольняючи модні потреби в такий альтернативний спосіб, люди здобули можливість виглядати стильно і неповторно, не витрачаючи багато грошей. Це також сприяло відновленню та переробці предметів, що відповідало принципам економічної ефективності та створенню більш екологічних варіантів.

1.3. Вплив мистецтва та кінематографа на створення модних образів 1930-х рр.

Мода та мистецтво завжди мають багато спільного і їх співпраця відкриває безліч можливостей для творчості та вираження ідеї. Обидві сфери займаються відображенням краси, естетикою та творчістю, і їхня взаємодія сприяє створенню нових стилів, тенденцій та інновацій [23].

У 1930-х роках кіно відігравало важливу роль як рекламний засіб, що пропагував моду, одяг і стиль. Цей період характеризувався величезною

популярністю Голлівуду та знаменитостей, які стали впливовими іконами моди. Імідж тогочасних кінозірок впливав на моду та смаки людей, а їхній стиль ставав об'єктом наслідування з боку шанувальників.

Кіноіндустрія 1930-х років оберталася навколо Голлівуду, де знімалося багато високорейтингових фільмів. Одяг і зовнішній вигляд акторів став невіддільним від їхньої популярності, а кінозірки виступали посередниками модних тенденцій. Їхній імідж і стиль відображали останні модні тенденції і стали характерною рисою моди того періоду [16].

Образ жінки в кіно 1930-х років визначали елегантність, жіночність і романтика. Жінки носили широкі спідниці до підлоги з вузькою талією та виразні сукні з відкритими плечима. Вбрання прикрашали рюшами, вишивкою, драпіруванням та декоративними елементами. Популярними кольорами були пастельні відтінки, яскраві квіткові принти та металеві акценти. Жіночі аксесуари, такі як фетрові капелюхи, крилаті капелюхи, рукавички та великі ювелірні прикраси, також були важливою частиною цього стилю (рис. А.1.7, А.1.8).

Чоловічий стиль 1930-х років характеризувався класичністю, формальністю та натхненням від військової уніформи. Чоловіки носили приталені костюми з двобортними або однобортними піджаками та брюками із завищеною талією. Часто використовували такі матеріали, як вовна та льон, з додаванням вузьких смужок або клітинки. Костюми були стилізовані з додаванням фраків, манжетів, краваток і капелюхів. Чоловічі аксесуари, такі як краватки, запонки та годинники, були невід'ємною частиною стилю того періоду [21] (рис. А.1.9, А.1.10).

Серед видатних кінозірок 1930-х років, які вплинули на моду і стиль, необхідно виділити таких:

Кетрін Хепберн відома своїм унікальним стилем, який поєднує в собі жіночність і силу. Вона часто носила прості, але елегантні костюми з широкими штанами і сорочками, вишуканий і привабливий вигляд (рис. А.1.11, А.1.12) [6].

Еррол Флінн, відомий своїми пригодницькими фільмами, став іконою чоловічого стилю в 1930-х роках. Він носив класичні костюми з вузькими плечима та облягаючим силуетом. Його образ був мужнім, стильним і привабливим (рис. А.1.13, А.1.14).

Ці кінозірки, як і багато інших акторів епохи, впливали на модні тенденції, їхні образи помічали і наслідували в усьому світі; фільми в 1930-х роках використовувалися як потужний рекламний засіб, сприяючи формуванню модних і стильових тенденцій і впливаючи на формування смаків того часу.

Такі засоби масової інформації, як журнали та фотографія, відіграють важливу роль у формуванні громадської думки, поширенні інформації та впливі на моду, стиль і культуру. Журнали та глянцеві видання були популярними джерелами інформації про моду, стиль і красу в 1930-х роках. Вони надавали людям доступ до останніх тенденцій та порад і підказок щодо вбрання, макіяжу та зачісок (рис. А.1.15 – А.1.18). Журнали також публікували портрети знаменитостей, які стали іконами стилю того часу, таких як кінозірки, моделі та політики. Фотосесії, що демонстрували зовнішній вигляд і стиль кінозірок та знаменитостей, були популярними серед читачів [9].

Фотожурналістика також процвітала в цей період, відображаючи події, тенденції та культурні зміни. Фотографія була важливим засобом передачі інформації та вражень. Вони фіксували моменти з життя знаменитостей, політичні події, покази мод і світські раути. Фотожурналістика створювала певну атмосферу і допомагала передати настрій цих подій. Фотографії кінозірок на екрані та в приватному житті ставали об'єктом захоплення для багатьох послідовників.

Крім того, реклама та фотографії в журналах також використовувалися для продажу товарів і послуг. Реклама представляла модний одяг, аксесуари, косметику та інші об'єкти бажання. Реклама використовувала тогочасну естетику, щоб впливати на смаки людей та їхні рішення щодо купівлі. Фотографії моделей, які демонстрували товари, ставали об'єктами бажання і стимулювали бажання купувати [3].

Як зазначає відомий історик моди Крістофер Хан у своєму дослідженні "Мода, гендер та споживання", засоби масової інформації 1930-х років, такі як журнали, газети та реклама, відігравали важливу роль у формуванні смаків та "культу споживання" серед широких верств населення [4, с. 152].

Не зважаючи на економічну кризу, реклама продовжувала активно пропагувати модні тренди та стиль життя заможних верств суспільства. Зображення гламурних знаменитостей та розкішних речей підживлювали мрії та бажання людей, незважаючи на їх обмежені фінансові можливості. Тому ЗМІ та реклама 1930-х рр. відігравали роль не лише інформаторів про модні тенденції, але й чинника соціокультурного та економічного впливу.

Засоби масової інформації 1930-х років були важливим комунікаційним інструментом впливу на суспільство. Мас-медіа створювали образи, відображали стиль і модні тенденції, впливали на споживання і культурні переконання [15]. Журнали та фотографія були продовженням цього:

- вони відігравали важливу роль у формуванні ідентичності та самосвідомості людей. Журнали і фотографія впливали на те, як люди сприймали себе і навколишній світ. Завдяки журналам і фотографіям люди могли отримати уявлення про свою зовнішність, стиль життя і моду.
- сьогодні, в цифрову епоху, медіа продовжують відігравати цю роль, але з деякими змінами. Інтернет і соціальні мережі дозволили людям з усіх верств суспільства використовувати фотографію і ділитися своїми історіями. Блоги, відеоблоги та онлайн-журнали стали популярними форматами, що пропонують людям можливість самовиражатися та впливати на інших.

Фотографія продовжує залишатися потужним засобом передачі емоцій, ідей та повідомлень. Професійні фотографи продовжують створювати вражаючі образи, якими захоплюються і якими діляться в Інтернеті. Вони розповідають історії, викликають емоції та змушують людей думати.

Крім того, ЗМІ виконують важливу функцію інформування суспільства. Новини та статті, що поширюються через різні медіа-платформи, надають людям

актуальну інформацію про світові події. Вони також допомагають формувати громадську думку та ставлення до подій і проблем [29].

Всі ці аспекти медіа, такі як журнали та фотографія, мають значний вплив на суспільство та культуру. Вони формують наші стереотипи, ідеали краси, ідеї та сприйняття світу. Щоб зрозуміти вплив медіа на наші переконання та вибір, важливо розвивати медіаграмотність та критичне мислення.

1.4. Еволюція моди 1930-х років: класові відмінності, розвиток стилю та вплив на гендерні ролі та ідентичність

Розвиток моди в 1930-х роках був впливовим і цікавим періодом, що відображав дух часу та суспільно-політичні зміни. Основні модні тенденції, які розвивалися в цей період, включали:

вплив Великої Депресії: Велика депресія, що почалася в 1929 році, мала великий вплив на моду в 1930-х роках. Зниження економічної стабільності призвело до того, що популярною стала більш скромна та економна мода. Люди намагалися виглядати елегантно, але були більш доступними;

розквіт голлівудської моди: фільми стали важливим джерелом впливу на моду. Голлівудські зірки, такі як Глорія Суонсон, Бетт Девіс та Джинджер Роджерс, запровадили нові тенденції в одязі та прикрасах. Жіночі сукні стали більш розкішними та натхненними Голлівудом, з використанням благородних тканин та блискучих прикрас;

вплив спорту та активного відпочинку: розвиток фізичної культури та спорту вплинув на моду в цей період. Жінки носили спортивний одяг для занять на свіжому повітрі, таких як гольф, теніс чи їзда на велосипеді. Тому спортивні елементи з'явилися в жіночих сукнях та аксесуарах;

інновації в тканинах і технологіях: 1930-ті роки ознаменувалися впровадженням нових технологій у текстильній промисловості. З'явилися штучні волокна, такі як нейлон та віскоза, які були доступнішими та простішими у догляді. Це призвело до широкого використання модних тканин і нових експериментів з кольорами та принтами;

модернізація чоловічої моди: чоловіча мода 1930-х років була впливовою і мала деякі інновації. Чоловіки часто носили піджаки з довгими лацканами та широкими плечима, щоб справити важке враження. Джинси ставали дедалі популярнішими серед молодих чоловіків, а комбіновані костюми з брюками та піджаками стали звичним явищем.

Аksesуари у 1930-х роках aksesуари відігравали важливу роль у моді. Жінки носили широкі капелюхи, шарфи і рукавички, а також великі aksesуари, такі як намиста і браслети. Чоловіки теж виглядали чітко і доповнювали свій стиль краватками, капелюхами та наручними годинниками.

Загалом, розвиток моди в 1930-х роках відображав соціальні, економічні та культурні зміни епохи. Це був час, коли мода стала більш доступною та функціональною, а вплив кіноіндустрії також сприяв появі нових модних тенденцій [33].

Класова мода 1930-х років відображала соціальні та культурні тенденції того часу. На неї значною мірою вплинула Велика депресія, яка мала серйозні економічні наслідки і змінила спосіб життя багатьох людей. У цей період мода демонструвала чіткий перехід від розкішної моди 1920-х років до більш приземленого і функціонального стилю. Люди прагнули більш економного та практичного вирішення своїх труднощів, але при цьому хотіли виглядати стильно та елегантно [7, 10].

Жіночий одяг 1930-х років був більш жіночним і романтичним, ніж експериментальні стилі попереднього десятиліття. У моді були сукні, що підкреслювали лінію талії і з вузькими спідницями, узагальнено стилістику яких показано у Додатку А.2 Широко використовувалися різноманітні довгі сукні з принтами, рюшами та об'ємними рукавами. Поширеними були також костюми з жакетами та спідницями для роботи в офісі. Дуже характерним елементом класової моди 1930-х років були крилаті капелюхи, які доповнювали жіночі образи. Великі крилаті капелюхи додавали стилю шарму та елегантності. Також були популярні шкіряні рукавички, туфлі на високих підборах і маленькі сумочки (рис. А.2.1, А.2.2).

У чоловічому вбранні 1930-х років домінував класичний костюм, з двобортними або однобортними піджаками, брюками з високою талією та сорочками з краватками. Цей образ відображав формальний і серйозний аспект чоловічого стилю цього періоду (рис. А.2.3, А.2.4).

Мода 1930-х років визначалася обмеженістю ресурсів та економічною нестабільністю, але водночас відображала елегантність і стильність. Цей період в історії моди залишив свій слід і вплинув на подальший розвиток модних тенденцій [13].

У період Великої депресії, коли економіка зазнала серйозного занепаду, мода стала неоднозначною темою, що відображала суспільні реалії та викликала різні реакції. Буржуазія, яка позиціонувалась як верхня верства суспільства, стикнулася зі значними викликами під час кризи. Витрати на моду зазнали змін, але багаті верстви населення все ще знаходили способи підтримувати свій стиль та престиж. Вони змінили свій модний вибір, звертаючи увагу на економічну доступність та простоту, але при цьому продовжували використовувати моду як засіб демонстрації соціального успіху і привабливості.

У робочого класу, який складав значну частину суспільства, модні можливості були обмежені через економічну кризу. Робітники часто змушені були звертатися до альтернативних способів задоволення своїх модних потреб, таких як саморобний одяг або покупка вторинного одягу. Відношення до моди серед робітників того часу розуміється як потреба в простих, практичних рішеннях, які відповідали їхнім фінансовим можливостям та практичним потребам [27].

Значна частина населення, зокрема безробітні, переживала складність утримання навіть базових потреб. Для них мода може бути розглянута як розкіш, недосяжна в умовах кризи, або як необхідність для збереження гідності. Відношення до моди серед безробітних полягало у використанні простих, дешевих рішень, які дозволяли зберегти почуття самовиразності та гідності навіть у складних умовах.

Мода робітничого та буржуазного класів 1930-х рр. може бути описана багатьма деталями, ідеями та впливами. Зокрема, мода робітничого класу та буржуазна мода мають різні історичні корені та передумови. Мода робітничого класу тісно пов'язана з простими людьми, їхніми професіями та повсякденним життям. Вона розвивалася у відповідь на потреби і запити робочого місця – заводів, будівництва, сільського господарства тощо. Мода робітничого класу зазвичай була практичною і функціональною, з акцентом на забезпеченні комфорту і захисту (рис. А.2.5). З іншого боку, буржуазна мода виникла під впливом вищого класу, багатства і соціального статусу. Її коріння лежить в історичному періоді, коли буржуазія (клас власників капіталу) стала впливовою. Мода буржуазного класу відображала багатство і розкіш і стала показником соціального успіху. Вона витончена, елегантна і часто асоціюється з розкішними брендами та дизайнерами [27].

Мода робітничого класу часто характеризується простотою, функціональністю і практичністю. Одяг для робітничого класу має простий силует, в якому легко рухатися. Він включає в себе предмети, які відповідають потребам конкретних професій, такі як робочий одяг, уніформа, джинси, футболки та спортивний одяг. Комфорт, міцність і захист від зносу часто є ключовими елементами в дизайні одягу для робітничого класу. З іншого боку, мода буржуазного класу включає різноманітні стильові рішення, орієнтовані на сучасні тенденції та естетику вищого класу. Сюди входять класичні, елегантні силуети, такі як сорочки, спідниці, костюми та сукні, а також більш модні та ексцентричні фасони. Мода буржуазного класу є вираженням особистої естетики (рис. А.2.6).

Мода робітничого класу зазвичай використовувала міцні, практичні матеріали, які витримують фізичні навантаження та зношування. До них належать демісезонні матеріали, денім, бавовна та нейлон. Їхнє головне призначення – забезпечити комфорт і захист під час роботи. У моді буржуазного класу використовуються вишукані матеріали, які дарують відчуття розкоші та

елегантності. До них відносяться шовк, тонка вовна, кашемір, шкіра і тонка бавовна. Матеріали вибирають за їхню якість, м'якість та естетичні властивості.

Мода робітничого класу зазвичай включає практичні аксесуари для забезпечення безпеки та комфорту під час роботи. Це такі предмети, як захисні окуляри, рукавички, спеціальне взуття та захисні шоломи, які відповідають особливим потребам професії (рис. А.2.7). Мода буржуазного класу, з іншого боку, включає елегантні та декоративні аксесуари, які підкреслюють статус і стиль. До них відносяться шкіряні сумки, сонцезахисні окуляри, шарфи, прикраси з дорогоцінних каменів, годинники, капелюхи та інші предмети, які додають розкоші та елегантності зовнішньому вигляду [24] (рис. А.2.8).

Що стосується колориту та символіки, то мода робітничого класу тяжіла до простих, нейтральних кольорів, які не привертали надто багато уваги і легко поєднувались. До них відносяться синій, чорний, сірий і коричневий. Символізм зазвичай асоціюється з певними професіями та брендами, що спеціалізуються на робочому одязі. Мода буржуазного класу включала широкий спектр кольорів, від класичних до яскравих та експериментальних. На неї впливали не тільки особистий смак і стиль, а й мода сезону. Колірна гамма буржуазної моди варіювалась від білого, чорного, сірого і нейтральних кольорів до яскравих, металевих і пастельних відтінків. Це залежало від актуальних тенденцій та впливу модельєрів. Модні символи класу буржуазії часто асоціювались з показниками статусу, багатства і престижу. Логотипи або бренди, що вказували на вищий соціальний статус або ексклюзивність, іноді використовувались на одязі та аксесуарах. Це також включало в себе вставку певних деталей і візерунків або використання елементів, які відображають приналежність до певного класу або модного тренду.

Важливо зазначити, однак, що мода робітничого і буржуазного класів не є ані повністю відокремленими, ані взаємовиключними. Існує багато перетинів і взаємовпливів між цими двома напрямками моди. Наприклад, елементи робочого одягу часто використовувались в повсякденному стилі моди, який часто називають "робочим" або "вуличним". І навпаки, елементи розкішного одягу

іноді включались в гардероб робітничого класу для особливих випадків або для вираження особистого стилю [39].

Зрештою, мода робітничого і буржуазного класів відрізнялась історичним контекстом, стилем, матеріалами, аксесуарами, кольором і символікою. Вони відображають потреби, цінності та статус різних соціальних груп. Однак варто зазначити, що мода динамічна, змінюється з часом і може бути вираженням стилю та самовираженням для кожної людини, незалежно від соціального класу.

Вплив моди на гендерні ролі та визначення ідентичності у 1930-х роках був суттєвим, оскільки цей період характеризувався специфічними культурними та соціальними тенденціями. У зв'язку з економічною нестабільністю, багато людей стали звертати більше уваги на економію та простоту в одязі. Відбувалися зміни у стилістиці та силуетах, особливо в жіночому одязі.

Загалом, вплив моди на гендерні ролі та визначення ідентичності у 1930-х роках був обмеженим. Традиційні стереотипи про маскулінність та жіночість продовжували переважати, і мода підтримувала ці стереотипи. Проте, були певні зміни, що відображали розвиток суспільства та більш активну роль жінок у суспільстві. Варто зазначити, що вивчення моди та її впливу на гендерні ролі та ідентичність є складним завданням, оскільки ці концепти є динамічними та змінюються з плином часу. Крім того, існують різні культурні та соціальні контексти, які можуть впливати на сприйняття моди та розуміння гендерної ідентичності. Тому важливо розглядати моду та її вплив на гендер у широкому контексті, беручи до уваги історію, культуру та суспільні зміни [34].

У жіночому одязі 1930-х років були популярні сукні з тонкими лініями, що облягають фігуру, з вузькими плечима та довжиною до середини литки. Цей стиль одягу нерідко називали "стрункість" або "лінійність", оскільки він підкреслював стриману та акцентовану фігуру. Велика увага приділялася аксесуарам, таким як капелюшки, рукавички, брошки, які доповнювали образ.

Однак, варто зазначити, що у 1930-х роках гендерні ролі були значною мірою традиційними. Жіночий одяг був спрямований на підкреслення жіночої елегантності та жіночності, тоді як чоловічий одяг підкреслював маскулінність

та силу. Чоловіки носили костюми з піджаками, штанами та краватками, що підкреслювало їхню формальність та владу. Гендерні ролі були строго визначеними, і було важко відхилитися від цих стандартів.

Проте, навіть у такому контексті мода 1930-х років відображала деякі зміни у суспільстві. Наприклад, з'явилися більші можливості для жінок у сфері праці та активного суспільного життя. Жінки, які вступали у професійні сфери, намагалися підкреслити свою сильну та незалежну ідентичність через одяг. Вони носили більш стримані та функціональні речі, що відповідавали їхньому активному способу життя. Наприклад, жінки носили костюми-комбінезони або брюки з приталеними блузами. Це свідчило про їхню готовність взяти на себе роль працівниць і демонструвати свою сильну та незалежну ідентичність [20].

У другій половині 1930-х років в моді стали помітні зміни, пов'язані зі зростаючим впливом голлівудського кіно та поширенням масової культури. Ці зміни також відобразилися на гендерних ролях та визначенні ідентичності.

Одним із ключових трендів того періоду був вплив стилю Голлівуду на моду. Жіночий одяг набув пишності та жіночності, віддаючи перевагу об'ємним спідницям, пишним сукням та розкішним аксесуарам. З'явилися популярність довгих суконь з розкішними деталями, які нагадували епоху Голлівудського золотого віку. Це сприяло створенню образу жіночості, грації та чуттєвості.

У той же час, чоловічий одяг також зазнав змін. Замість традиційних формальних костюмів, стали популярними більш спортивні та неформальні стилі. Чоловіки почали носити сорочки з короткими рукавами, спідниці-шорти та спортивні костюми. Це свідчило про зростання інтересу до активного способу життя та розваг, а також про більш розслаблене ставлення до моди [18].

Однак, варто зазначити, що ці зміни в моді того часу все ще були строго визначеними гендерними ролями. Жінки мали носити жіночі наряди, які підкреслювали їхню жіночність, тоді як чоловіки повинні були відповідати маскулінним стереотипам через свій одяг. Такі розрізнення були характерними для того періоду, коли гендерні ролі мали велике значення в соціальному сприйнятті.

Окрім цього, варто відзначити, що мода та гендерні ролі не є статичними. Вони постійно еволюціонують та змінюються відповідно до суспільних та культурних тенденцій. 1930-і роки були лише одним з етапів у розвитку моди та гендерних ролей, і пізніше ці зміни продовжились та еволюціонували з плином часу. Отже, можна очікувати, що в майбутньому мода продовжить відтворювати та впливати на гендерні ролі, але з більшим акцентом на різноманітність, інклюзивність та самовираження [1]. Індустрія моди відіграє важливу роль у формуванні культурних норм і сприйняття, тому важливо продовжувати просувати позитивні зміни та сприяти рівності у модному світі.

1.5. Вплив Великої Депресії на діяльність модельєрів та Будинків моди 1930-х років

Велика депресія, що почалася в 1930-х роках, супроводжувалася глибокою рецесією і масовим безробіттям. Цей період важких економічних труднощів негативно вплинув на багато галузей, у тому числі й на індустрію моди. Багато відомих Будинків моди того часу зазнали великих труднощів і навіть збанкрутували:

Poiret: Поль Пуаре, відомий як піонер моди того часу, заснував власний будинок моди Maison Paul Poiret. Його екзотичні та розкішні моделі стали дуже популярними в першій половині 20-го століття. Однак під час Великої Депресії попит на його роботи різко впав, що в поєднанні з фінансовими проблемами призвело до закриття компанії в 1930 році [4].

Майнбохер: Mainbocher був ще одним відомим модним брендом, який переживав не найкращі часи під час Великої депресії. Американський модельєр Етьєн Майнбохер заснував власний будинок моди в Парижі в 1929 році. Його костюми, популярні серед знаменитостей та вищого світу, вирізнялися елегантністю та розкішшю. Однак з початком Великої Депресії попит на його продукцію різко впав, що змусило бренд закритись у 1939 році [35].

Lanvin: Lanvin – відомий французький Будинок моди, заснований у 1889 році Жанною Ланвен. У перші роки свого існування компанія була успішною,

пропонуючи ретельно розроблений жіночий одяг та аксесуари. Однак під час Великої Депресії попит на розкішний одяг знизився, і Будинок моди Lanvin опинився у фінансовій скруті. Ланвін не змогла пристосуватися до нової економічної ситуації і була змушений продати Будинок у 1946 році [28].

Maggy Rouff: Меггі Руф – відомий французький Будинок моди, заснований у 1928 році Марі-Луїзою Магдаленою Руф. Вона була відома своїми елегантними та жіночними моделями, що відповідали модним тенденціям того часу. Однак під час Великої Депресії попит на розкішний одяг різко впав, і компанія зазнала фінансових труднощів. Незважаючи на спроби пристосуватися до нової ситуації, Меггі Руф не змогла повернути колишню популярність і була змушена закрити бренд у 1940 році [34].

Alix (Madame) Grès: французька модельєрка, яка заснувала свій Будинок моди у 1934 році. Вона була відома своїми складними драпіровками та елегантними силуетами. Під час Великої Депресії попит на розкішний одяг значно впав, і Будинок моди Grès постраждав. Незважаючи на талант власниці, Madame Grès була змушена призупинити свій бізнес під час війни, а згодом повернулася у світ моди після її закінчення [8] (рис. А.3.1, А.3.2).

Велика депресія була важким часом для багатьох Будинків моди. Економічні труднощі, зниження попиту та зміна модних тенденцій призвели до закриття багатьох з них. Однак деякі змогли оговтатися від кризи і продовжили свою діяльність вже наступного року. Варто зазначити, що не всі Будинки моди, які пережили важкі часи під час Великої депресії, зникли назавжди. Багато з них пережили цей період і згодом змогли повернути собі колишню популярність. Наприклад, бренди, що спеціалізувалися на більш доступному та економному одязі, змогли знайти клієнтів серед тих, хто шукав більш передбачувані та бюджетні варіанти [10].

Хоча Велика депресія стала випробуванням для багатьох Будинків моди 1930-х рр., такі періоди економічної нестабільності також можуть стимулювати інновації та переосмислення бізнес-моделей. Деякі компанії змогли використати

цей період, щоб змінити свої стратегії та вивести на модний ринок найновіші пропозиції. Ось кілька прикладів брендів моди, які пережили кризу:

Chanel: заснований Коко Шанель, Chanel (рис. 1.7) був одним з небагатьох Будинків моди, які пережили Велику депресію. Коко Шанель продемонструвала надзвичайну підприємницьку спритність і здатність передбачати модні тенденції. Вона пропонувала прості, але елегантні та практичні дизайни, які відповідали новій ситуації економічних труднощів. Крім того, Коко Шанель активно використовувала новітні технології та маркетингові стратегії для залучення нових клієнтів, зберігаючи при цьому свою клієнтську базу. Вона також усвідомила важливість диверсифікації свого бізнесу, розширивши асортимент продукції за рахунок парфумерії та аксесуарів. Завдяки цим стратегічним рішенням бренд Chanel витримав рецесію і продовжував процвітати під час Великої депресії [11, 46] (рис. А.3.3, А.3.4).

Burberry: Burberry – британський бренд, відомий своїм класичним стилем і традиційними принтами, такими як клітинка. Компанія змогла протистояти труднощам під час Великої Депресії завдяки тому, що її продукція була зосереджена на практичному та функціональному одязі, такому як пальта та плащі. Це допомогло залучити клієнтів, які шукали якісний, довговічний одяг. Крім того, Burberry підтримував свою репутацію високоякісного, вишуканого бренду, що сприяло стійкості компанії в цей складний період та стало характеристикою бренду, яка збереглась до XXI ст. [13] (рис. А.3.5, А.3.6).

Hermès: Hermès – провідний французький бренд, відомий своїми розкішними аксесуарами, виробами зі шкіри та дизайнерським одягом. Під час Великої Депресії Hermès зміг протистояти труднощам завдяки своєму підходу до виробництва та якості. Постійна увага бренду до високоякісних матеріалів та ручної роботи допомогла йому залучити клієнтів, які цінували довговічність та ексклюзивність. Крім того, Hermès зберіг свій елегантний, класичний стиль, що забезпечило йому стабільну клієнтську базу у важкі часи [26] (рис. А.3.7, А.3.8).

Ці Будинки моди та дизайнерські бренди змогли пережити Велику депресію завдяки кільком ключовим факторам [9]:

ринкова стратегія: вони адаптували свої стратегії до нових економічних умов і надавали практичний і функціональний одяг, який відповідав потребам їхніх клієнтів у цей період;

якість і репутація: ці бренди були відомі своїми високоякісними матеріалами та майстерністю. Це допомогло їм зберегти лояльність клієнтів, які цінували довговічність та унікальність їхньої продукції;

диверсифікація: деякі бренди досягли успіху в розширенні асортименту своєї продукції, тим самим залучивши нових клієнтів і знизивши ризик зниження попиту на певні категорії товарів;

інновації та маркетинг: новітні технології та маркетингові стратегії були використані для залучення клієнтів та збільшення продажів.

Слід зазначити, що кожен бренд мав власну стратегію, що стало одним із факторів його стійкості під час Великої депресії. Наведені вище приклади – це лише кілька з багатьох брендів, які подолали труднощі того періоду.

Крім того, під час Великої Депресії з'явилося кілька модних брендів, які мали великий успіх. Одним із таких прикладів модного бренду, що виник під час Великої депресії, є **Lacoste** (рис. А.3.9, А.3.10). Бренд Lacoste був заснований у 1933 році тенісистом Рене Лакостом та його партнером Андре Жільє. Спочатку бренд спеціалізувався на спортивному одязі, зокрема тенісних сорочках, які були розроблені з використанням застібок на гудзиках і легких матеріалів. Lacoste став відомим завдяки своєму символу – крокодилу, який став емблемою бренду. Засновники Lacoste пережили економічні труднощі під час Великої Депресії і зуміли розвинути бренд [15].

Іншим прикладом модного бренду, що виник під час Великої депресії, є бренд **H&M** (Hennes and Mauritz), який був офіційно заснований у Швеції в 1947 році, але своїм корінням сягає 1924 року, коли Ерлінг Перссон заснував шведську компанію з виробництва одягу [2]. Її коріння можна простежити до 1924 року, коли Ерлінг Перссон відкрив перший магазин під назвою Hennes, що в перекладі зі шведської означає «для неї».

Спочатку Н&М спеціалізувався на продажу жіночого одягу. Однак під час Великої депресії, коли економічні умови були складними, Н&М вирішив розширити свою клієнтську базу, додавши до асортименту дитячий одяг. Це дозволило Н&М розширити клієнтську базу та впевнено існувати в часи економічної нестабільності [11]. Іншим важливим аспектом успіху Н&М під час Великої Депресії була стратегія доступної моди: Н&М пропонував стильний одяг за доступними цінами, що було особливо важливо під час економічної кризи. Такий підхід допоміг Н&М здобути популярність і стати одним з найбільших роздрібних брендів у сфері моди.

Це лише кілька прикладів модних брендів, які почали своє існування під час Великої депресії. Хоча це був важкий час для багатьох компаній, деякі з них успішно пережили економічні труднощі і залишаються популярними донині.

Ще одним відомим модним брендом, народженим під час Великої депресії, є бренд модного одягу *Levi's* (рис. А.3.11, А.3.12). Компанія Levi Strauss, яка заснувала бренд, була заснована в Сан-Франциско в 1853 році, але саме під час Великої Депресії Levi's став широко відомим. Levi's став відомим завдяки своїм надзвичайно міцним і довговічним джинсам [10]. Під час Великої депресії, коли багато людей шукали довговічний одяг, Levi's став популярним вибором. Джинси Levi's були відомі своєю якістю та довговічністю і могли витримати суворі умови роботи та повсякденного життя. Крім того, в цей період Levi's представили перші джинси 501, які стали однією з найуспішніших моделей в їхній колекції. Завдяки класичному дизайну та відмінній якості, 501 модель стала символом культури та стилю протягом десятиліть. Таким чином, завдяки високоякісним джинсам та успішним моделям, Levi's зміг витримати економічні труднощі часів Великої Депресії і став одним з найбільш впізнаваних і успішних модних брендів у світовому масштабі.

У 1930-х роках творче протистояння між Будинками моди Коко Шанель [11] та Ельзи Скіапареллі [5] відобразило кардинально різні бачення моди, визначаючи епоху своєю інноваційністю та стильовими контрастами. Chanel та Elsa Schiaparelli – два найбільші французькі Будинки моди з багатою історією та

значним впливом на світ моди. Обидва вони були засновані на початку ХХ століття та привнесли власне бачення у європейську моду. Хоча вони народилися в один час і працювали у схожих сферах, Г.Шанель та Е.Скіапареллі мають свої відмінності та особливості, які визначають їхню конкуренцію.

Габріель "Коко" Шанель заснувала власний бренд Chanel у 1910 році і стала однією з найвпливовіших модельєрок ХХ-го століття. Її стиль був відомий своєю елегантністю, простотою і класицизмом. Шанель перевернула уявлення про жіночий одяг з ніг на голову, включивши в нього елементи чоловічого гардеробу, такі як чорні жакети, прості сукні та комбінезони. Вона відмовилася від складних корсетів і пишних суконь, запропонувавши жінкам більш зручні та практичні варіанти. Шанель також вперше використала чорний колір у вечірньому вбранні, який став її символом [11, 46].

Ельза Скіапареллі – італійська модельєрка, яка заснувала власний бренд Schiaparelli у Парижі в 1927 році. Вона відома своїми ексцентричними, фантастичними та провокаційними моделями вбрання. Використання яскравих кольорів, несподіваних поєднань і химерних деталей зробило її колекції унікальними. Вона співпрацювала з такими художниками, як Сальвадор Далі, і включала художні мотиви у свої дизайни. Е. Скіапареллі створила такі знакові елементи, як «манекенні рукавички», «коловорот» та «корсети-труби». Вона також була піонером у використанні незвичних матеріалів, таких як пластик, метал і штучний шовк [5] (рис. А.3.13 - А.3.18).

Що стосується конкуренції між цими Будинками моди, то обидва вони змагалися за увагу і прихильність професіоналів моди в той самий період. Обидва бренди пропонували високоякісну продукцію, розробляли креативні дизайни та залучали відомих клієнтів. Однак їхні підходи до моди були дуже різними.

Шанель робила акцент на елегантності, простоті та класицизмі. Її дизайн був спрямований на створення витонченого, жіночого образу, який відображав новий стиль і незалежність жінок (рис. А.3.19 – А.3.22). Шанель була відома завдяки своїй «маленькій чорній сукні» та парфумам Chanel № 1 [46].

Скіапареллі, з іншого боку, була більш ексцентричною та провокаційною. Її дизайни були виразними, фантастичними та інноваційними. Вона експериментувала з формами, кольорами та матеріалами, створюючи нереальні та сюрреалістичні образи. Скіапареллі використовувала несподівані деталі, такі як блискавки, ланцюги та капелюхи у формі тварин, щоб надати своїм творінням унікального характеру.

Однією з головних відмінностей між творчістю Будинків моди Шанель і Скіапареллі є їхній підхід до моди. Шанель створювала практичний, зручний одяг, призначений для повсякденного використання. Вона запровадила концепцію «модного гардеробу», що складався з базових речей, які можна було комбінувати між собою. Скіапареллі, з іншого боку, зосередилася на створенні виразних і вишуканих вечірніх і кутюрних колекцій, які відображали артистизм і фантазію. Крім того, Шанель і Скіапареллі мали різні підходи до бізнесу. Шанель була підприємцем і розуміла важливість масового виробництва та маркетингу. Вона створила власне виробництво, а також запустила лінію аксесуарів та парфумів, що значно розширило її бізнес. Скіапареллі, з іншого боку, зосередився на створенні унікальних та ексклюзивних дизайнів для обмеженої клієнтури знаменитостей та аристократів [16].

Таким чином, Шанель і Ельза Скіапареллі були двома видатними модними Будинками моди, які розвивались в епоху Великої Депресії і зробили значний внесок у світ моди. Шанель була відома своїми елегантними, класичними моделями, що поєднували простоту і витонченість, тоді як Будинки моди Скіапареллі був відомий своїм ексцентричним і провокаційним стилем, створюючи вигадливі і фантастичні образи. Обидва бренди змагалися за увагу світу моди, але з різними підходами до моди. Шанель зосередилася на практичності і створювала одяг для повсякденного використання, тоді як Скіапареллі прагнув до виразного вечірнього образу, що відображав артистизм і фантазію.

1.6. Особливості моди 1930-х років

1930-ті роки були періодом великих змін у світі моди. Десятиліття принесло нові тенденції та естетику, які відображали економічні, культурні та соціальні виклики, що постали перед міжнародною спільнотою [1, 9].

Жіночий одяг: у 1930-х роках жіночий одяг набув більш жіночого та розкішного характеру: замість войовничості та андрогінності 1920-х років мода стала більш жіночною та витонченою. Жінки почали вимагати елегантного та вишуканого вбрання у всіх аспектах свого життя. Однією з головних особливостей моди 1930-х років був силует, який підкреслював жіночі вигини. Сукні стали довшими, ніж у попередньому десятилітті, зазвичай сягали середини литки або навіть до підлоги. Плечі були вужчими, лінія талії підкреслена, а силует витонченим і елегантним, щоб підкреслити жіночність. Цей силует отримав назву «силует-крапля». Ще одним елементом моди 1930-х років були широкі плечі. Жіночі костюми та пальта підкреслювали лінію плечей, роблячи силует більш впевненим та виразним. Ця деталь надавала жіночому одягу ауру загадковості та підкреслювала силу і незалежність. Тканини, з яких виготовлявся жіночий одяг, були вишуканими та розкішними. Популярними були шовк, шифон, оксамит, креп-сатин і вовна. Деякі моделі прикрашали мереживом, вишивкою та драпіруванням, додаючи об'єму та розкоші. Спідниці також стали тоншими і вужчими, підкреслюючи елегантність і жіночність фігури. Порівняно з попередніми десятиліттями, у 1930-х роках корсети втратили популярність. Жінки перестали носити корсети, що стискали тіло, і замінили їх на більш зручні бюстгальтери. Крім того, в цей період почали з'являтися нові види білизни для корекції фігури, такі як прокладки для грудей і підтримуючі пояси (рис. А.4.1 – А.4.8).

Чоловічий одяг: у 1930-х роках чоловічий одяг став більш вишуканим і витонченим. Чоловіки хотіли виглядати стильно та елегантно, незалежно від свого соціального статусу. Чоловічі костюми набули нових деталей та крою. Костюми стали більш витонченими та приталеними. Костюми мали широкі плечі, вузькі штани та елегантні лацкани. У виробництві костюмів широко

використовували такі тканини, як вовна та шовк. Костюми часто виготовляли з тонких матеріалів, а також додавали такі деталі, як подвійні ряди гудзиків та вишивку. Чоловічі аксесуари включали краватки, капелюхи, рукавички та тростини. Краватки були невід'ємним аксесуаром і мали різноманітні кольори та візерунки. Щодо капелюхів, то серед чоловіків були популярні фетрові ковбойські та класичні капелюхи. Рукавиці та палиці також були модними аксесуарами (рис. А.4.9 – 4.12).

Дитяча мода: сукні для дівчаток: дівчатка вдягалися в пишні сукні з пишними спідницями і вузькими поясами. Часто використовувалися вишукані матеріали та деталі, такі як вишивка або мереживо. Костюми для хлопчиків: хлопчики носили вузькі костюми з короткими штанами, сорочками і галстуками. Це створювало стильний та дорований образ. Дитячі головні убори: для дівчаток популярними були маленькі капелюшки з квітами або стрічками, а для хлопчиків - класичні фетрові капелюшки [4] (рис. А.4.13-4.14).

Прикраси: перли: намиста з перлів були часто використовуваним елементом в жіночих прикрасах; вони додавали вишуканості та класичного шарму. Браслети: жінки носили браслети з дорогоцінними каменями або візерунками з металу, що додавало їхньому образу елегантності. Великі сережки: сережки з великими каменями або кристалами були популярними в 1930-х роках. Вони надавали обличчю жінок блиску та розкіші. Брошки: брошки з металу або прикрашені каменями використовувалися як акцент на одязі. Вони можуть мати різноманітні форми, такі як квіти, тварини або геометричні візерунки [4].

Тканини: шовк був однією з найпопулярніших тканин того часу. Він мав благородний вигляд і ідеально облягав фігуру. З нього шили елегантні вечірні та коктейльні сукні. Його часто прикрашали вишивкою, воланами та мереживом. Вовна: вовняні тканини були популярні для повсякденного носіння. Вона була зручною і теплою, що робило її ідеальною для осінньо-зимових сезонів. З вовни шили пальта, костюми та спідниці. Були доступні різні текстури, включаючи гладку, саржеву та суконну. Бавовна: бавовна залишалася популярною тканиною, особливо для повсякденного та літнього одягу. Вона була зручною, легкою і

повітропроникною. Бавовняні сукні, блузки та спідниці були поширені серед жінок. Бавовняні тканини мали різноманітні принти та кольори, включаючи квіткові мотиви та смужки. Парча: розкішна тканина, яку використовували для вечірніх суконь та офіційного одягу. Вона мала металевий блиск і прикрашалася вишивкою та текстильними прикрасами. Парчеві сукні були популярні серед вищих класів і знаменитостей [10].

Силуетні рішення модного костюма: жіноча сукня у 1930-х роках жіноча сукня набула більш лінійного силуету. Верхня половина тіла була більш обтислою, а нижня поступово розширювалася. Для підкреслення талії часто використовували так звану "корсетну лінію". Сукні іноді прикрашали складними деталями, такими як волани, складки та вишивка. Жіночі костюми були дуже популярні в цей період. Вони складалися з жакета та спідниці або штанів. Костюми мали прямий силует і носили як повсякденно, так і офіційно. Вони часто виготовлялися з вовни або шовку і прикрашалися кишенями та гудзиками. Пальта 1930-х років були довгими і прямими. Вони додавали образу елегантності та шарму. Поширеними були пальта з великими комірами та хутряними деталями. Популярними кольорами були чорний, коричневий, сірий і темно-синій. Спідниці у 1930-х роках були довжиною до середини ікри або коротше. Вони були прямими або хвилястими і могли поєднуватися з блузкою або жакетом. Спідниці виготовляли з різних матеріалів, зокрема шовку, вовни та бавовни [13].

Аксесуари: модні аксесуари 1930-х років включали широкі пояси, що підкреслювали талію, стильні капелюхи з великими полями, рукавички, брошки та шарфи. Взуття того періоду - це або низькі чоботи, або туфлі на невеликому підборі (рис. А.4.15 – А.4.22).

Це лише кілька прикладів тканин і фасонів моди 1930-х років. Мода 1930-х років залишає свій слід у світі стилю й моди до сьогоднішнього дня. Цей період став важливою віхою у світі моди, і його вплив можна побачити і сьогодні в сучасних колекціях і стильових рішеннях вбрання [37, 38, 40].

1.7. Розвиток супутніх напрямів індустрії моди та розкоші 1930-х рр.

Жіночі зачіски цього періоду були зазвичай гладкими та добре зафіксованими. Популярними були гладкі зачіски з розсіченим пробором або зібраними в плетіння. Жінки використовували аксесуари, такі як гребінці, стрічки або квіти, щоб прикрасити свої зачіски. Це створювало чистий, розкішний вигляд, відповідний загальному стилю того періоду [41] (рис. А.4.23, А.4.24).

Косметика також підпорядковувалася стриманому стилю 1930-х років. Помада червоного кольору була популярною, але її відтінки вибирали таким чином, щоб він виглядав природним та ненав'язливим. Тіні для повік мали нейтральні відтінки, що доповнювали природну красу жінок. Важливим елементом була доглянута та бездоганна шкіра, яку досягали за допомогою пудри та тонуючих засобів (рис. А.4.25, А.4.26).

Значний вплив на косметику та зачіски в 1930-х роках мав кінематограф того періоду. Голлівудські актриси, стали іконами стилю та краси. Їхній образ та зачіски були відтворені жінками всього світу. Кіноіндустрія вплинула на впровадження нових тенденцій у косметику та зачіски, створюючи популярність певних стилів та продуктів [4].

Одним з важливих аспектів впливу моди 1930-х років на розвиток косметики та зачісок того періоду було поняття «готовості до фотографії». У зв'язку з розповсюдженням фотографії, яка стала доступною широкій публіці, люди почали звертати більше уваги на свій зовнішній вигляд. Жінки бажали виглядати бездоганно на фотографіях, що спонукало їх до використання косметики та створення складних зачісок.

У цей період виникло багато нових косметичних брендів, які почали виробляти продукти спеціально для створення класичного образу 1930-х років. Один з таких брендів – **Max Factor** – став популярним завдяки своїм помадам та пудрам, які допомагали досягти ретро образу (рис. А.4.27, А.4.28). Він також розробив нову технологію макіяжу "техніколер", яка дозволяла створювати багатоколірний макіяж, який був популярний у фільмах того періоду [14].

Зачіски 1930-х років були досить складними та вимагали певних навичок для їх створення. Жінки використовували гребінці, стрічки та шпильки, щоб створити різноманітні фігури і форми на голові. Одним з популярних образів була зачіска «боб», яка характеризувалася короткими волоссям по всій довжині та відкритою шиєю. Цей образ був модним і практичним, оскільки жінки могли легко керувати своїм волоссям і одночасно виглядати елегантно.

Окрім класичних зачісок, в 1930-х роках з'явилися експериментальні та витончені образи, які були пов'язані зі зростаючою популярністю Голлівуду і кінопромисловості. Деякі з них включали в себе закручені локони, використання шпильок та аксесуарів. Ці образи мали вплив на широкі верстви споживачів та стали основою для подальшого розвитку зачісок у наступні десятиліття [25].

Також важливо зазначити, що мода того періоду була впливовою не лише на жіночу косметику та зачіски, а й на чоловічий стиль. Чоловіки також носили гладкі зачіски та використовували гелі та масла для волосся, щоб створити добре оформлений образ. Особливий акцент також робився на доглянутій зовнішності, з використанням косметичних засобів, які допомагали підтримувати шкіру у хорошому стані та зберігати молодість. Були популярні креми для обличчя та лосьйони, які надавали зволоження та живлення шкірі, а також захищали її від негативного впливу навколишнього середовища [30] (рис. А.4.29, А.4.30).

Мода 1930-х років мала значний вплив на подальший розвиток косметичної індустрії. Вона вплинула на створення нових продуктів, формул та технологій, які допомагали жінкам досягти бажаного образу. Багато косметичних брендів продовжували розвиватися та випускати нові продукти, що відповідали вимогам моди того часу.

Висновки до розділу 1

В роботі досліджено напрями розвитку моди під час Великої Депресії 1930-х років. Метою роботи було вивчення модних тенденцій та взаємозв'язку між модою та соціальними, економічними і культурними факторами того часу.

У дослідженні проаналізовано соціальний, політичний і культурний контекст Великої депресії, який мав сильний вплив на тогочасну моду. Обґрунтовано, що економічна депресія, безробіття та регулювання характеризували цей період. Однак, мода не зупинилася і стала важливим елементом самовираження, протесту та виживання.

Охарактеризовано, що класова мода 1930-х рр. відображала відмінності у смаках та стилістиці між буржуазією та робітничим класом. Будинки моди, які не змогли протистояти кризі, зазнали великих труднощів, але деяким все ж вдалося вижити, пристосувавшись до нових умов. Деякі бренди, що розпочали своє існування за часів Великої депресії, виявилися успішними і вплинули на подальший розвиток моди.

Проведено порівняльний аналіз ролі видатних модельєрів того часу, таких як Коко Шанель та Ельза Скіапареллі. Конкуренція між ними та різні стилі їхніх брендів відображали нерівність у суспільстві та різні погляди на моду.

Обґрунтовно, що кіноіндустрія у 1930-х роках була важливим засобом популяризації та впливу на моду. Образи тогочасних кінозірок слугували прикладом стилів і модних тенденцій, які впливали на широку аудиторію. Засоби масової інформації, такі як журнали та фотографія, також відігравали важливу роль у поширенні модних ідей і тенденцій.

Визначено, що тканини та фасони моди 1930-х років були адаптовані до економічних обмежень. Прості, економічні матеріали стали більш поширеними, а фасони – більш практичними. Колірна палітра також була підпорядкована економічній ситуації, відображаючи глибокі та приглушені відтінки.

Результати дослідження свідчать про те, що мода під час Великої Депресії відігравала важливу роль як засіб самовираження, протесту та виживання. Мода відображала соціальні зміни та пристосовувалася до складних економічних умов. Мода стала вираженням класових відмінностей і різних поглядів на стиль та елегантність.

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТНО-КОМПОЗИЦІЙНИЙ

Важливо відзначити, що мода є індивідуальним вибором, і кожна людина має право самовизначатися та виражати свою унікальну ідентичність через одяг. З'являються нові бренди та марки, спрямовані на створення безстатевих одягу, який не обмежується жодними конкретними гендерними стандартами; еволюціонують екологічно орієнтовані засоби створення нових моделей та проєктних рішень; формуються нові напрями та образні рішення в розробці одягу різних сегментів споживчого ринку.

2.1. Аналіз проєктних характеристик творчого першоджерела

Історичний контекст і культурні зміни сприяли виникненню нових стилів, що стали основою для подальших інновацій у світі моди. З'являлись нові фасони і силуети, набуло популярності використання високоякісних тканин, змінилися поширені модні тенденції. Багато елементів, таких як елегантні сукні з довгими рукавами, витончені капелюшки, прилягаючі силуети, знайшли своє відображення в сучасних колекціях дизайнерських брендів та Будинків моди. Дослідження світових модних тенденцій часів Великої Депресії дозволяє зрозуміти, яким чином історично-соціальний контекст і культурні зміни сприяли виникненню нових стилів, що стали основою для подальших інновацій у світі моди [36].

Під впливом соціальних, культурних і економічних змін в період Великої Депресії формувалось нове суспільство, в якому різниця між соціальними класами стала більш вираженою, що сприяло появленню напруги між ними. Нерівність у доступі до ресурсів і можливостей стала основним джерелом конфліктів та соціального незадоволення, що відображалось в масових протестах і радикалізації політичних поглядів. В період кризи економічне становище значно погіршилось для великої кількості людей, виріс рівень безробіття, знизились заробітні плати, багато громадян опинились у стані економічної уразливості. В цей час влада та бізнес-еліти мали свої привілеї та економічну стабільність.

Незважаючи на соціальні конфлікти, суспільство об'єднувала спільна мета – відновити та зміцнити економічну стабільність і зменшити наслідки кризи.

Під час кризи культурні пріоритети суспільства змінилися, замість розваг люди були змушені покращувати своє економічне становище. Мистецтво під час Великої Депресії освітлювало соціальні проблеми під час кризи, все більш почали фігурувати теми бідності та безробіття, показуючи складні умови життя багатьох людей.

Незважаючи на час, соціальні та економічні обставини мода завжди була засобом задовільнити естетичні потреби суспільства. Буржуазний клас відігравав вагому роль у формуванні модних тенденцій. Він володів значними ресурсами та соціальним впливом, що дозволяло йому диктувати моду та стандарти елегантності. Маючи доступ до дорогих тканин і предметів вишуканого мистецтва, буржуазія стала визначальною силою в розвитку глобальної моди. Під час кризи інші соціальні класи не мали таких привілеїв, при цьому навіть у складних економічних умовах безробітні відстежували модні тенденції, що допомагає їм інтегруватися в суспільство [32].

Включення елементів моди 1930-х років у сучасні колекції – одна з найпопулярніших тенденцій в сучасній індустрії моди. Дизайнери відновлюють та переосмислюють стилі того періоду, додаючи сучасні акценти та інтерпретації. Таким чином, в актуальних модних тенденціях проявляються різні аспекти використання елементів моди 1930-х років. Сучасні дизайнери переосмислюють модні напрями минулих епох, додаючи до них нове бачення.

Серед найбільш затребуваних властивостей моди 1930-х рр. у дизайні сучасного вбрання необхідно виділити такі [1]:

силует і форма: силует 1930-х років, що характеризується плавними лініями, витонченими формами і приталеними спідницями, відтворений у сучасних колекціях. Дизайнери використовують сукні з вузькою талією та розкльошені спідниці, щоб нагадати про елегантність та жіночність того періоду;

тканини: тканини, популярні в 1930-х роках, такі як шовк, атлас і вовна, не втрачають популярності серед дизайнерів і сьогодні. Їхні гладенькі текстури додають ретро-привабливості;

деталі та аксесуари: типові деталі 1930-х років, такі як стрічки, банти і драпірування, використовуються як прикраси і акценти в сучасних колекціях. Дизайнери додають ці елементи до суконь, блуз, капелюшків та аксесуарів, надаючи моделям жіночного та елегантного вигляду;

чоловічі костюми: стилістика чоловічих костюмів 1930-х років знайшов своє відображення в сучасних колекціях. Дизайнери використовують приталені піджаки, брюки із завищеною талією та широкі лацкани, щоб створити чоловічу елегантність та класику;

геометричні мотиви та декоративні елементи: стиль ар-деко 1930-х років з його геометричними мотивами та декоративними елементами вплинув на сучасні колекції. Дизайнери використовують абстрактні лінії, геометричні фігури та симетрію у принтах, вишивці та деталях одягу для створення унікальних і стильних образів;

колірна палітра: колірна палітра 1930-х років характеризується використанням приглушених тонів і нейтральних відтінків. Сірий, коричневий, чорний, бежевий і бордовий були популярними кольорами того періоду. Сучасні колекції використовують ці кольори для створення класичних, стильних образів з відтінком ретро;

вечірнє вбрання: вечірні сукні 1930-х років були відомі своєю пишністю та вишуканістю. У сучасних колекціях дизайнери включають елементи моди того періоду, такі як довгі сукні з вузькою талією, блискітки і вишивка паетками, а також хвилясті сукні з гламурними деталями;

взуття та аксесуари: взуття та аксесуари також є обов'язковим елементом для дизайнерів при розробці колекцій одягу ХХІ століття. Туфлі на високих підборах із закругленими носами, прикрашені стрічками та ремінцями, нагадують стилістику 1930-х років. Широкі капелюхи, рукавички, великі

прикраси для волосся, окуляри "котяче око" і клатчі також можуть бути використані, щоб додати ретро-шарму сучасному образу.

У сучасних колекціях використання елементів моди 1930-х років дозволяє створювати вишукані, елегантні та стильні образи з відтінком ретро-стилю. Дизайнери відтворюють неповторний шарм того періоду і додали до нього свіжий і сучасний підхід. Використовуючи ці елементи, їм вдається створювати унікальні образи, що поєднують класику минулого з сучасними модними тенденціями (рис. А.5.1 – А.5.12).

2.2. Визначення типу та образу споживача

Основними цілями проектування творчої колекції є:

- розробка нового образного рішення одягу з урахуванням особистості та модних орієнтацій споживачів;
- розробка кольорового та пластичного рішення асортименту одягу;
- використання в колекції матеріалів, декору, фурнітури;
- розробка конструктивних форм моделей з урахуванням тенденцій
- моди;
- розробка і використання новітніх технологій виготовлення моделей
- одягу.

Метою визначення сфери споживання є отримання даних про споживчі групи людей, їх вимоги до одягу, асортимент одягу, який належить проектувати, орієнтовну вартість виробів і стиль творчої колекції. При виявленні типологічних особистостей споживачів враховано антропометричні, соціальні, біологічні, фізіологічні, психологічні характеристики. При визначенні об'єкту проектування, найбільш важливими ознаками споживачів є наступні: ставлення до моди, рід занять, здатність споживачів до витрат на одяг, вікова і розмірно-зростова характеристика, склад родини тощо.

У визначену для проектування колекції групу об'єднано споживачів, які мають однакові або схожі вимоги до певного асортименту виробів індустрії

моди, що дає можливість описати тип даної групи споживачів. Для цього складено узагальнену структуру біосоціальних характеристик людей (табл. 2.1). Біосоціальна характеристика споживачів включає у себе наступні типологічні особливості споживачів: стать, вік, розміро-зріст, повнотну групу, їх модні орієнтири, доходи, частку витрат на одяг та інші вироби тощо [2].

Таблиця 2.1

Біосоціальна характеристика типу споживачів

№	Найменування ознаки	Склад ознаки	Характеристика типу
1	2	3	4
1	антропо-морфологічні	стать	жіноча
		вік (вікова група)	25-35 років
		розміро-зріст	164-170
		повнотна група	2 група
		постава	нормальна
		довжина шиї	нормальна
		висота плечей	нормальні
		ширина плечей	нормальні
		довжина рук	нормальні
		кут нахилу плечей	нормальні
		тип фігури	стандартна
2	психологічні	характер	екстроверт
		темперамент	сангвінік
3	соціально-демографічні	місце проживання	Київ
		рівень достатку	високий
		ставлення до моди	слідкує за модою

Колекція орієнтована на жінок, віковою групи 25-35 років, 2-ї повнотної групи, зі стандартною фігурою, з середнім рівнем достатку, які вже мають професію та можуть витратити на одяг 30% доходів, живуть у містах та слідкують за модою.

Кольорова гама близька до темпераменту сангвініка, оптимістичних, свіжих тонів. Характер близький до інтроверту, як наслідок обмежень після пандемії в світі [42].

Характеристика габітусу споживача дає можливість змоделювати основні ситуації використання одягу і визначитися з варіантами та асортиментом видів одягу. Тож, в роботі проаналізовано габітус споживача за соціальними, функціональними, ергономічними, естетичними та експлуатаційними функціями (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Характеристика габітусу споживача

Функції	Вимоги	Властивості
1	2	3
1 Соціальні	Габітус споживача	Активні жінки, творчої професії
	Ціна виробу	5000,00-6200,00 грн.
	Конкурентоспроможність	На внутрішньому ринку
	Інформативна	Представники творчого прошарку суспільства, надають перевагу сучасним, креативним, стильним речам, цінують не тільки зовнішній вигляд, а і зручність речей
	Візуально- комунікативна	Характер власника- переважно сангвініки, ведуть активний та цікавий спосіб життя, комунікабельні, естети
2 Споживчі	Призначення	Повсякденне
	Цільова спрямованість	Спрямованість на привабливість, комфорт, власний стиль, елегантність

	Основні ситуації використання Параметри навколишнього середовища Сезон. Термін безперервного використання	Всесезонна 4-6 місяців
3. Ергономічні	3.1 Антропометричні Вікова група Розмірна група Основні типи рухів і поз	Середня вікова група та без обмежень Рухи руками та плечовим поясом
	3.2 Гігієнічні Сумарний тепловий опір пакетуматеріалів Повітропроникність Вентиляція виробу	50-70 С Для комфорту важливо використання тканин, що пропускають повітря, що буде досягнуто за рахунок тканин, з вмістом віскози, бавовни
	3.3 Психологічні Тактильні властивості Вага Колір Ступінь обробки швів Комфортність одягання/знімання, Зручність користування окремими елементами Функціонально необхідні конструктивні елементи	Приємна на дотик 150-350 г Ліловий, рожевий, синій – холодної кольорової гами Висока В талії еластична стрічка, конструкція базової основи, розроблена з урахуванням свободи рухів, не обтягуючи силует
4 Естетичні	Модні орієнтири: Відповідність модним тенденціям Силуетні лінії Форма Кольорова гама Основні матеріали та оздоблення Стильове рішення Яскравість та виразність образу	Відповідає модним тенденціям кольоровою гамою з класичним/романтичним кроєм З акцентом на талію Натуральні та яскраві кольори Гудзики, збірки, еластичні стрічки Романтизм Яскравий квітковий принт

Продовження таблиці

5 Експлуатаційні	Стійкість до розриву Стійкість до зминальності Стійкість до тертя	Середня Майже не зминається Середня
	Стійкість до хімічності Стійкість до прання Формостійкість	Середня Дозволено машинне прання при 30 градусах
	Стійкість кольору матеріалів	Висока
	Вид догляду (ВТО, хімічність). Місце та характер підвищених експлуатаційних навантажень	Пральна машина, хімічність. Еластична стрічка, фурнітура

Отже, згідно габітусу споживача, колекція орієнтовна на активних жінок творчої професії. Ціна сукні, що буде представлена на внутрішньому ринку: 3000 – 3200 грн. Одяг, призначений для використання протягом тривалого періоду – 3-6 місяців. Комфортність використання досягається за рахунок тканин з вмістом віскозита, бавовни.

2.3. Тип і структура колекції

Дизайн колекції заснований на аналізі та вивченні особливостей моди 1930-х років. В колекції використовуються широко розповсюджені проєктні характеристики фасонів і силуетів: довгі спідниці та сукні з акцентом на талії, блузи з декоративними елементами, костюми з широкими штанами і жакетами. В якості декоративних елементів використано великі прямокутні коміри та рюши. Коміри, виступаючи акцентом в костюмі, привертають більше уваги до обличчя і підкреслюють плечі. Рюши додають одягу об'єму, створюючи різноманітні ефекти, візуально вирівнюють силует і додають образу елегантності та вишуканості.

Враховуючи економічну ситуацію в період Великої Депресії, основною палітрою колекції було обрано нейтральні класичні кольори: чорний, бежевий і коричневий. Чорний був популярним кольором у 1930-х роках, особливо для вечірнього одягу. Він асоціювався з елегантністю, витонченістю та стриманістю, що відповідало духу часу, коли криза вимагала від людей більш консервативного підходу до моди. Бежеві та коричневі кольори символізували практичність і простоту, які були необхідними в умовах економічної кризи. Вони були універсальними та легкими для поєднання з іншими елементами гардеробу. Вибір цих кольорів для сучасної колекції підкреслює зв'язок з епохою та її стилем, образи виходять не лише стильними, але й функціональними.

У 1930-х роках шовк був одним з найбільш популярних матеріалів для виготовлення одягу, особливо вечірніх суконь і елегантних блуз, які багато фігурують в колекції одягу. Його використовували для створення одягу високої моди, що відображало прагнення до витонченості та елегантності навіть у період економічних труднощів [48].

2.4 Художній та композиційний аналіз ескізів виробів дизайн-проекту

В розробленій колекції одягу домінуючими темами стали вишуканість і функціональна практичність. Асортимент одягу базується на елегантних повсякденних і ділових костюмах: довгі сукні і спідниці з шовку, які підкреслюють витонченість жіночої фігури, класичні костюми з жилетками і широкими штанами, які символізують вплив соціокультурних змін в суспільстві, елегантні шовкові блузки, які додають образу жіночності та легкості. В повсякденних костюмах переважають доволі короткі сукні, бермуди і жилети. Одяг на кожен день має бути зручним та практичним, при цьому не втрачаючи привабливості та вишуканості. Завдяки акцентним рюшам, комірам і поясам, які розбавляють строгі форми одягу, з'являється

жіночність, легкість та елегантність (рис. 2.1). Повсякденний одяг представлений в колекції найширше.

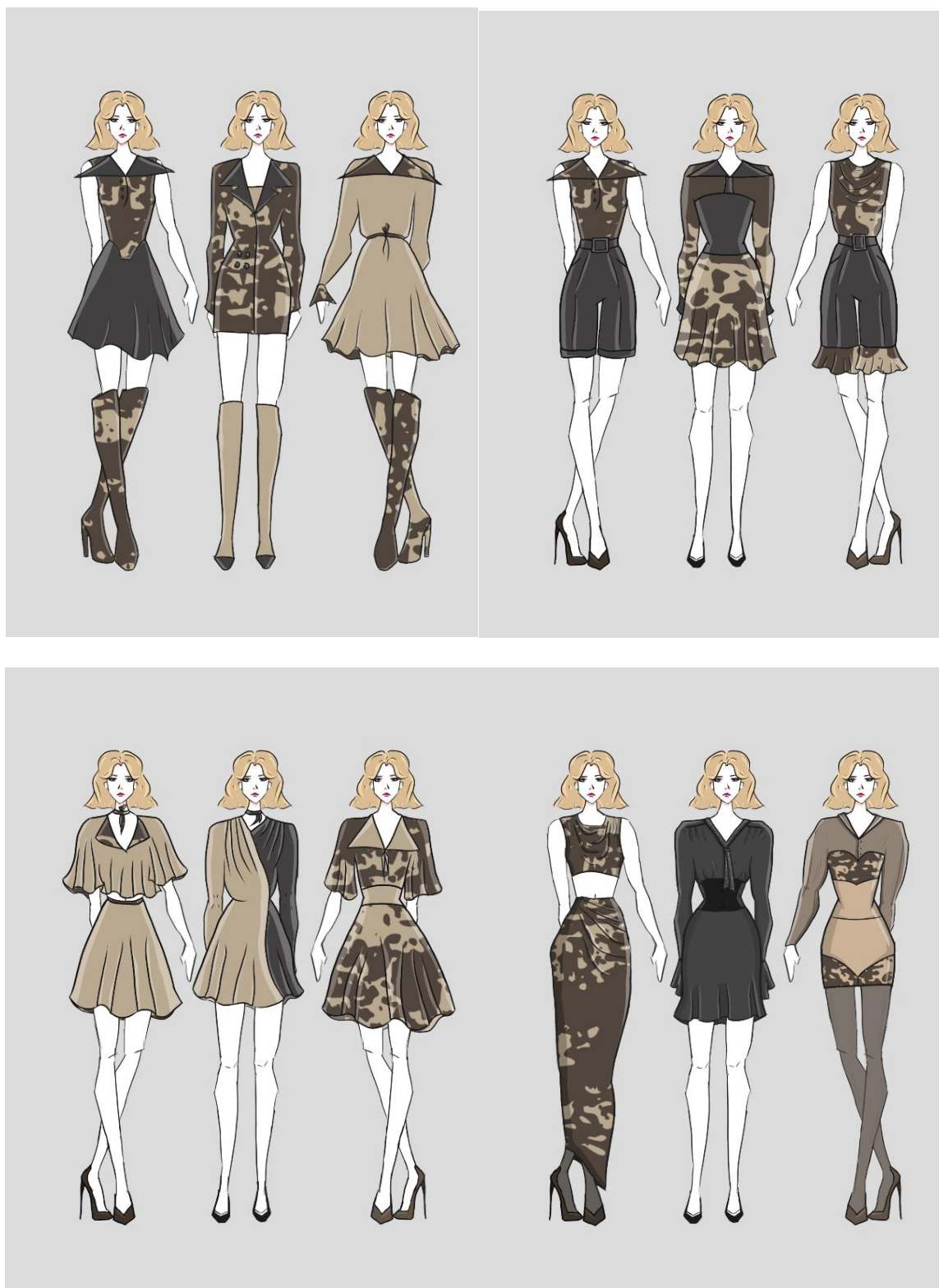


Рис. 2.1. Блок повсякденного одягу

Для створення творчого образу вечірнього одягу в колекції використано довгі сукні, які додають силуету плавності та підкреслюють жіночну фігуру, в якості акцентної деталі зроблені коміри та корсети (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Блок вечірнього одягу

Пальта 1930-х років часто мали витончені силуети з акцентом на лінії плечей і талії. Переосмислення пальт періоду Великої Депресії у сучасному вигляді дозволяє зберегти їхні елегантність і класичний стиль, додавши при цьому сучасні інновації та індивідуальний підхід до дизайну (рис. 2.3).



Рис. 2.3 Блок верхнього та урочистого одягу

Спортивний одяг та одяг для активного відпочинку зазнав кардинальних змін з початком 1930-х років. Дизайн спортивного одягу став більш сучасним і ергономічним. Він враховував потреби жінок у зручності та практичності, а також підкреслював жіночність без зайвого обмеження рухів, активно популяризувались шорти та спідниці, довжина яких значно зменшилась (рис. 2.4).

В 1930-х роках жіночі штани пройшли чергові еволюційні зміни, відображаючи модні тенденції (в тому числі в домашньому одязі) та вплив епохи. Популярність Голлівудських зірок, таких як Катрін Хепберн або Бетті Девіс, сприяла поширенню моди на жіночі штани, популізавши їх.

Образи зі штанами часто поєднували з жилетами, або сорочками з підвернутими рукавами (рис. 2.5).



Рис. 2.4. Блок одягу для занять спортом та активного відпочинку



Рис. 2.5. Блок домашнього одягу (образи зі штанами)

Проаналізувавши попередні дослідження, тенденції моди 1930-х років і образ споживача, сформувалось чітке уявлення колекції одягу. Для задоволення естетичних, функціональних та ергономічних потреб споживача використовувались елегантні тканини і фасони, які підкреслили особистість, образ життя та вподобання обраної людини.

Висновки до розділу 2

Враховуючи модні тенденції 1930-х років і вплив економічної кризи на них, колекція одягу була розроблена з використанням нейтральних основних кольорів, які були поширені під час Великої Депресії. Використання шовку допомагає створити ретро-образи, що відображають стиль 1930-х років,

водночас адаптуючи їх до сучасних модних тенденцій. Завдяки шовковим тканинам дозволяється експериментувати з класичними фасонами і новими інтерпретаціями, створюючи актуальні модні рішення. Великі коміри і рюши у колекції одягу, натхненної тенденціями 1930-х років, надають костюмам естетичній привабливості, функціональності, універсальності та психологічному впливу. Ці декоративні елементи додають одягу елегантності, жіночності і виразності, завдяки їх історичній відповідності, роблять колекцію актуальною як у ретро-стилі, так і в сучасній моді, зберігаючи дух епохи.

Крім того, вибір одягу та аксесуарів може впливати на емоційний стан людини. Коли людина носить речі, які вона вважає привабливими або які відповідають її індивідуальному стилю, це може підвищити її самооцінку та почуття задоволеності. Одяг може стати засобом вираження особистості, творчого потенціалу та індивідуальних цінностей. Коли людина відчуває себе добре у своїй зовнішності, це може позитивно впливати на її настрій та загальний психологічний стан.

РОЗДІЛ 3. КОНСТРУКТОРСЬКИЙ

Мода може відігравати важливу роль у психологічному комфорті людей у складний період. Одяг і аксесуари можуть мати фізичний вплив на комфорт людини. Наприклад, правильно підібраний одяг може забезпечити комфортну посадку, дозволяючи людині вільно рухатися і виконувати різні фізичні дії. М'які тканини, які не обмежують рухів, можуть сприяти фізичному комфорту, особливо при довготривалому носінні або в умовах погіршеного клімату [47].

3.1. Вибір моделей для проєктування

За творчими ескізами визначено з моделями, що будуть далі конструюватись.

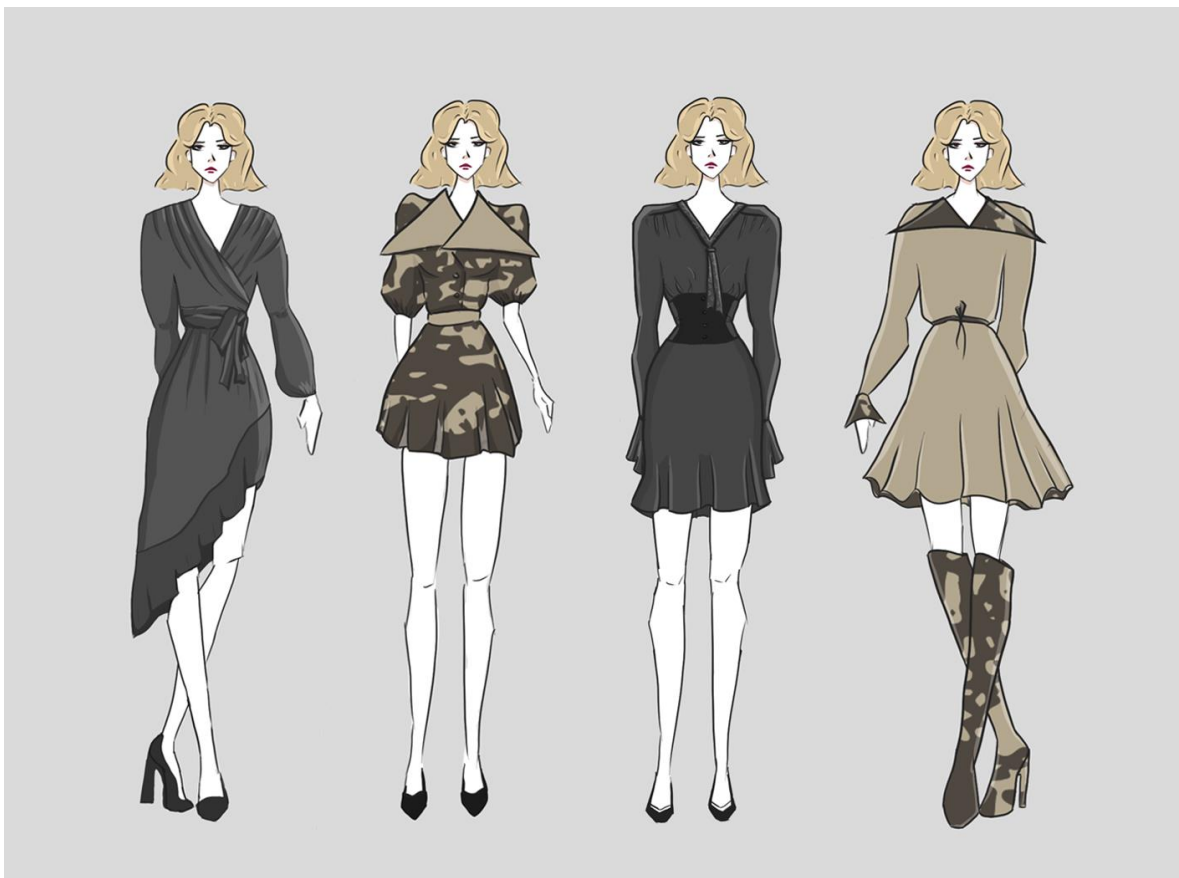


Рис. 3.1. Ескізи творчої колекції, визначені для виконання в матеріалі

Обрано тканину для моделей колекції. Модель з шифонової тканини на підкладці, з кроєм по косому направленні; з полірованої бавовни з еластаном, що

тримає форму, та віскози, що добре піддається драпіруванню, оскільки спідниці суконь покроєні по косому напрямку нитки основи. За вибором матеріалів, головна концепція – холодна гама кольорів, квітковий принт та шовковиста текстура. Для комфорту обрано тканину, що добре пропускає повітря та є приємною тактильно.

Технічний опис моделі №1 (базова модель)



Рис. 3.2. Технічний рисунок моделі 1

Сукня жіноча класична, для середньої вікової групи, з віскозної тканини. Сукня середньої посадки, з підкресленою лінією талії та конусною спідницею. Довжина нижче колін. Відрізна лінія талії, зібрана на еластичну стрічку. Рукав повної довжини, низ рукаву зібрано на еластичну стрічку. По окату рукава збірка від надсічки до надсічки. На деталі пілочки нагрудні виточки, що змодельовані з бокових швів. Тальєві виточки відсутні. Спинка з середнім швом, з плечовими виточками від лінії плеча. Тальєві виточки відсутні. Спідниця напівсонце, без середніх швів, довжина нижче колін. V-горловина. Комір – стійка, що переходить в зав'язку. Сукня рекомендується для зростів 164-170, обхват грудей 88-94, I та II повнотних груп.

Технічний опис моделі №2

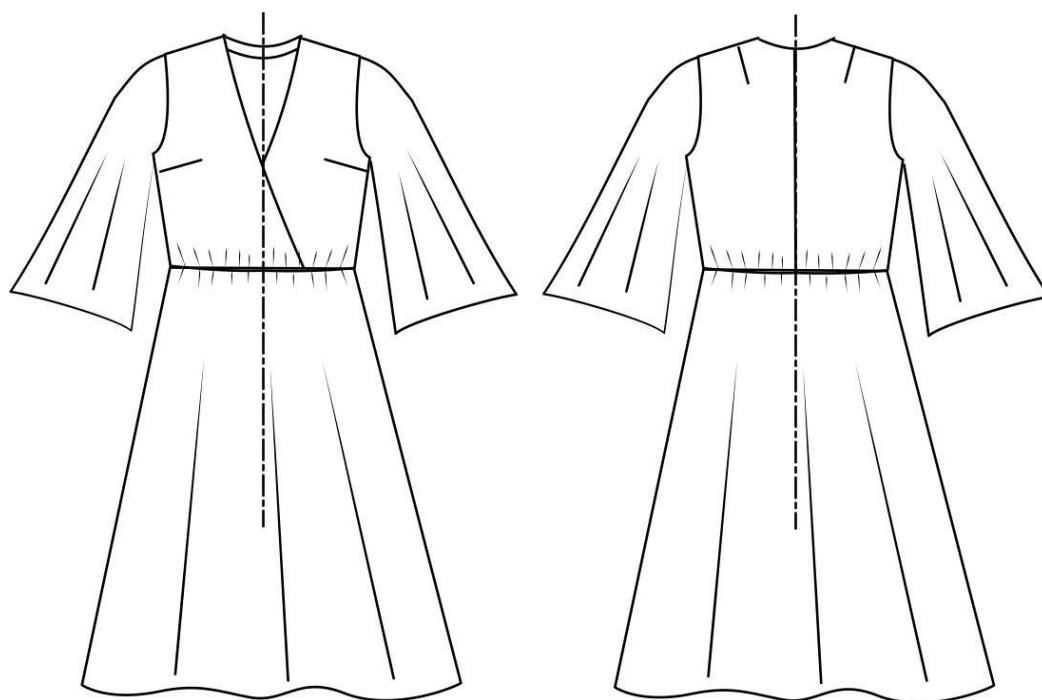


Рис. 3.3. Технічний рисунок моделі 2

Сукня жіноча з запахом, для середньої вікової групи з віскозної тканини. Сукня середньої посадки, з підкресленою лінією талії та конусною спідницею. Довжина нижче колін. Відрізна лінія талії, зібрана на еластичну стрічку. Довжина рукаву до ліктя, розширений по лінії низу. На деталі пілочки нагрудні виточки, що змодельовані з бокових швів. Тальєві виточки відсутні. Спинка з середнім швом, з плечовими виточками від лінії плеча. Тальєві виточки відсутні. Спідниця напівсонце, без середніх швів, довжина нижче колін. V-горловина на запах. Без коміру, горловина оброблена обшивкою. Сукня рекомендується для зростів 164-170, обхват грудей 88-94, Іта II повнотних груп.

Технічний опис моделі №3



Рис. 3.4. Технічний рисунок моделі 3

Сукня жіноча з цільною планкою та V-подібною горловиною. Для середньої вікової групи з полірованого котону. Сукня середньої посадки, прямого силуету, розширеного по лінії низу. Довжина нижче колін. Повна довжина рукаву на манжеті. На деталі пілочки нагрудні виточки, що змодельовані з бокових швів та тальєвими виточками. По спинці подвійна кокетка та плечові виточки промодельовані в лінію пройми. Нижня частина Спинки з середнім швом та тальєвими виточками. Комір- стіка до надсічки по лінії горловини, горловина Передуюброблена обшивкою. Сукня рекомендується для зростів 164-170, обхват грудей 88-94, I та II повнотних груп.

Технічний опис моделі №4

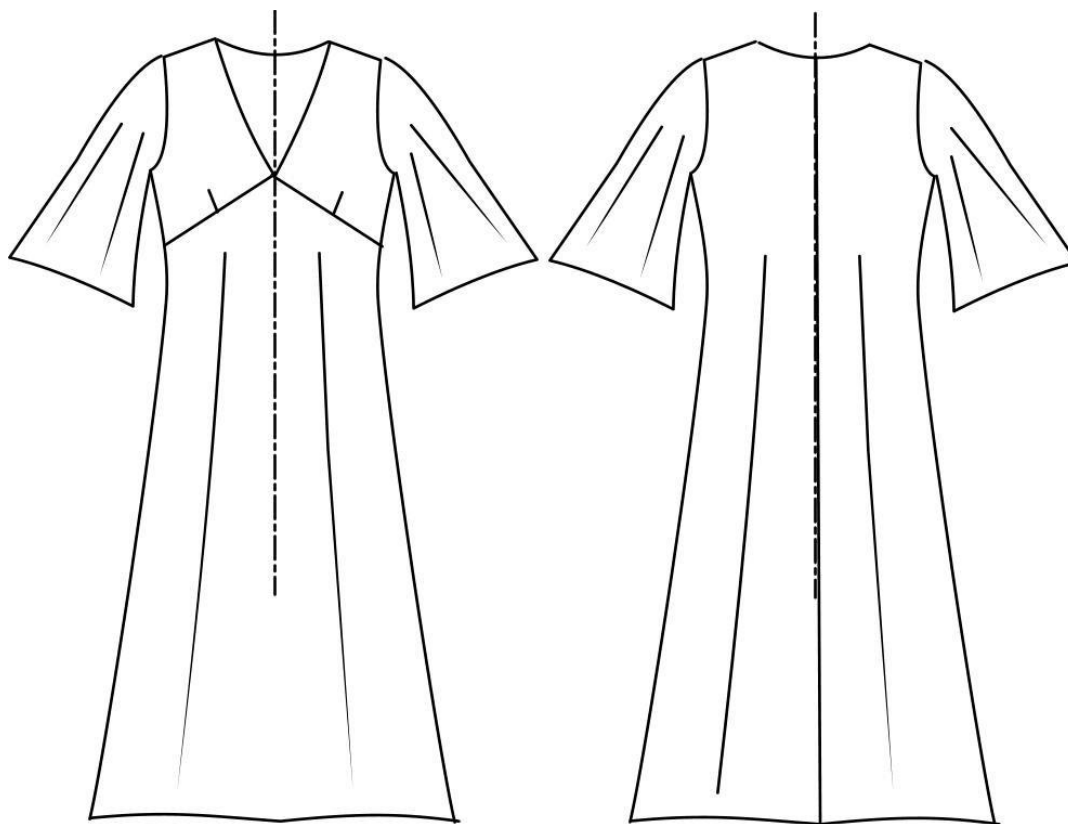


Рис. 3.5. Технічний рисунок моделі 4

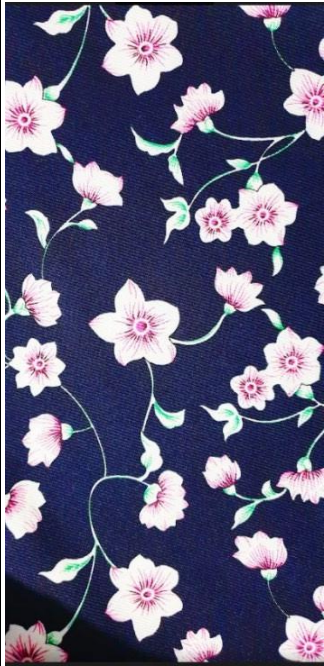
Сукня жіноча з V-подібною горловиною. Для середньої вікової групи з шифону на підкладці. Сукня середньої посадки, трапецієвидного силуету, виконаному по косому напрямленні нитки основи. Довжина нижче колін. Рукав до лінії ліктя, з розрізом по центру рукава. На деталі пілочки кокетка. Частина нагрудної виточки промодельована в лінію кокетки та в боковий шов. Без тальєвих виточок. По Спинці середній шов. Оскільки тканина з еластаном, плечова виточка промодельована в край плеча та зрізана. Сукня рекомендується для зростів 164-170, обхват грудей 88-94, I та II повнотних груп.

3.2. Вибір матеріалів

Виготовлення колекції одягу відбувалось з використанням сучасних тканин, таких як шифон, віскоза, полірована бавовна, з шовковистою текстурою, що має властивість драпірування в косому напрямленні для крою конусних спідниць в сукні. Тканини поєднані між собою холодною кольоровою гамою, з додаванням лілового, рожевого кольорів. Склад тканини дозволяє пропускати повітря, що є комфортним при використанні. Детальна характеристика вибору основних матеріалів створення одягу надана в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Характеристика матеріалів для виготовлення моделей колекції

Назва	Зображення	Характеристики
1	2	3
Віскоза		Склад: 100% віскоза Ширина: 145 см Щільність: 74 г/кв.м Тканина легка, гладка, приємна на дотик, що струмує, м'яко-падаюча; добре драпірується, з полірованою поверхнею і набивним малюнком, що візуально і тактильно нагадує натуральний, репсовий шовк. Добре пропускає повітря та вбирає вологу, на тілі непрозора. Фактура тканини гладка, приємна на дотик, візуально добре проглядається діагональне переплетення. Тканина добре виглядає у вільних фасонах, що струмують, з драпіруванням

Віскоза		Склад: 100% віскоза Ширина: 145 см Щільність: 74 г/кв.м Тканина легка, гладка, приємна на дотик, що струмує, м'яко-падаюча, добре драпірується, з полірованою поверхнею, що візуально і тактильно нагадує натуральний шовк. Добре пропускає повітря та вбирає вологу, на тілі непрозора. Фактура тканини гладка, приємна на дотик. Тканина добре виглядає у вільних фасонах, що струмують, з драпіруванням
Полірована бавовна		Склад: 68% бавовна, 30% поліестер, 2 % еластан Ширина: 135 см Щільність: 80 г/кв.м Легкий, непрозорий, полірований, пружний, бавовняний матеріал. При драпіруванні у складках та складаннях утворюється стійка. Тактильно матеріал м'який та приємний на дотик, з гладкою глянцевою поверхнею. Еластичність по ширині тканини. На рекомендованій лицьовій стороні різнокольорове забарвлення. Змінність мінімальна за рахунок еластану в складі. Застосовується у пошитті суконь, сарафанів, спідниць, літніх штанів

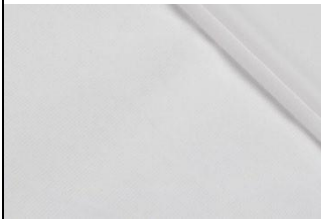
Продовження таблиці

Шифон віскозний		Склад: 98% Віскоза, 2% Еластан Ширина: 140 см Щільність: 62 г/кв.м Напівпрозора, легка, матова тканина з набивним малюнком, дрібно-зерниста за фактурою але приємна на дотик. Повітропроникна, зносостійка, еластична, завдяки плетенню, практично незмінна. Тактильноприємна на дотик, пластична і легко драпірується, що дозволяє використовувати в складних конструкціях безгрубої масивності у виробі. Підходить для пошиття блуз, сарафанів, спідниць. Рекомендовано використовувати підкладку для видалення світлопрозорості на просвіт у поясних виробих
Шифон віскозний (для підкладки сукні)		Склад: 98% Віскоза, 2% Еластан Ширина: 140 см Щільність: 45 г/кв.м Напівпрозора, легка, матова однотонна тканина, дрібно-зерниста за фактурою але приємна на дотик. Повітропроникна, зносостійка, еластична, завдяки плетенню, практично незмінна. Тактильноприємна на дотик, пластична і легко драпірується, що дозволяє використовувати в складних конструкціях безгрубої масивності у виробі. Підходить для підкладок поясних виробів

В сукнях застосовано такі види оздоблення як обшивки, планки, комір-стійка, які необхідно дублювати. Перелік клейових матеріалів для оброблення зрізів, дублювання обтачок, комірів, стабілізації плечових зрізів та лінії горловини занесено в таблицю 3.2.

Таблиця 3.2

Характеристика видів клейових матеріалів

Назва	Зображення	Характеристики
1	2	3
Флізелін павутинка		Склад: 100% Поліефір Ширина: 110 см Щільність: 22 г/кв.м Використовується для фіксації перегину лінії низу виробу
Дублерин трикотажний		Склад: 100% Поліефір Ширина: 150 см Щільність: 43 г/кв.м Використовується для дублювання обтачок, плечових зрізів та лінії горловини
Дублерин		Склад: 100% Поліефір Ширина: 150 см Щільність: 43 г/кв.м Використовується для дублювання планок та коміру-стійка

Схематичне зображення зрізів занесено в таблицю 3.3. При виготовленні моделей використано такі шви: шов у підгибання з закритим зрізом, шов у підгибання з відкритим зрізом, подвійний шов, роликовий шов для обметування краю воланів.

Таблиця 3.3

Технологія обробки зрізів швейних виробів

Назва технологічної обробки	Схематичне зображення
Обробка зрізів	

Для виготовлення жіночих суконь було здійснено вибір матеріалів (основного, прокладкового) та дана його характеристика (табл. 3.4, 3.6). Для виготовлення суконь обрано тканини віскозу, шифон та полірований катон. Для формоутворення в зону горловини, пройм та обтачок було запропоновано прокладковий матеріал. Характеристика швейних ниток, які запропоновані для виготовлення базової моделі, надані в таблиці 3.5.

Параметри ниткових з'єднань представлені в таблиці 4.5. В таблицях 4.6 та 4.7 надана характеристика обладнання для дублювання деталей та характеристика універсальних та спеціальних швейних машин.

Таблиця 3.4

Характеристика текстильних матеріалів верху та підкладки сукні жіночої

Назва матеріалу	Умовне позначення	Оформлення, оброблення	Переплетення	Вміст складників сировинного складу, %	Символи догляду		
					хімічне чищення	прання	прасування
1	2	3	4	5	6	7	8
Тканина віскоза	0939278	Гладко фарбована	Полотняне	VI, 100			

Лінійна густина ниток, текс		Число ниток на 100 мм		Ширина, см	Поверхнева густина, г/м ²
основа (довжина)	уток (ширина)	основа (довжині)	уток (ширина)		
9	10	11	12	13	14
13.3	11	810	810	140	98

Таблиця 3.5

Характеристика швацьких ниток для виготовлення сукні жіночої

Назва	Умовне позначення	Лінійна густина, текс	Розривальне зусилля, Н	Вид пакування, довжина намотки, м	Призначення
1	2	3	4	5	6
Dor Tak 40	608	29,53	1145	366	шивання деталей виробу
Gutermann 120	111	28	821	1000	Зшивання деталей легких тканин, обметування деталей

Таблиця 3.6

**Характеристика клейових прокладкових матеріалів для виготовлення
сукні жіночої**

Назва клейового матеріалу (фірма-виробник)	Ширина, см	Поверхнева густина, г/м ²	Тип д клейового покрива	Температура плавлення, Тпл, оС	Щільність покрива, Кр/см ² (меш)	Колір	Сировинний склад, %	Область застосування
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Дублерин трикотажний 150 білий	150	62	ПА	125	42	білий	PL, 100	Дублювання обшивки, плечових зрізів
Пружок по косійпрошитий ниткою	1	34	ПА	110		білий	PL, 100	Підсилення зрізів пройм, горловини

3.3. Вибір способу розробки об'ємно-просторової форми моделей колекції

Концепцією колекції моделей одягу є холодна гама кольорів з квітковим принтом, відсиланням до 1930-х років з підкресленою жіночністю силуетів та форм, але зі збереженням комфорту сучасної жінки. В даній колекції розроблені сукні трапецієвидного силуету, форма спідниці повторює квітку за рахунок легкої текстури тканин, що дозволяє кроїтися по косому напрямленні нитки основи.

Складовими елементами формування базового (незмінного) простору моделей є базова основа побудована на жіночу фігуру, будування плечового виробу з нагрудною виточкою. Довжина спідниці суконь вище або на рівні колін. Кольорова гама – холодні відтінки синього, лавандового, рожевого кольорів з квітковим принтом. Горловина суконь V-образна, для видовження силуету.

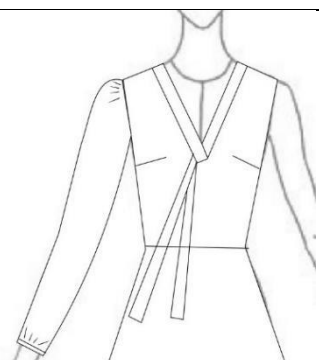
Складовими елементами модифікованого простору моделей колекції є моделювання плечової виточки за рахунок кокеток, зміни нахилу та довжини плеча, переведення в лінію пройми. Різне оздоблення горловини коміром, обтачкою, або стійка, що подовжена на бант. Форма рукаву у вигляді крильця, розширеним до низу, прямого силуету зі збіркою по лінії окату та низ рукава зібраний на резинку, прямий рубашечний рукав на манжеті. Різна довжина рукаву: повної довжини, 7/8, над ліктем.

За допомогою Clo3D зображено об'ємно-просторову форму базової моделі колекції (Додаток В) та здійснено аналіз за основними антропометричними поясами фігури у фронтальній і профільній проекціях, особливу увагу виділено кількісним характеристикам композиційних (формоутворюючих) прибавок, їх розподілу по ділянках конструкції, довжині виробу та ін., а також конфігурації контурів деталей, які утворюють конструкцію і забезпечують в цілому будову сучасної модної форми одягу.

Аналіз композиційно-конструктивного рішення усіх моделей творчої колекції, оформлено у табл. 3.7. Що є вихідними даними для побудови первинних креслень деталей базової конструкції системи «колекції», а також конструктивного моделювання креслень деталей конструкцій моделей творчої колекції.

Таблиця 3.7

Композиційно-конструктивний аналіз моделі сукні жіночої жіночої сукні
(р. 164-88-94)

Назва конструктивного параметру	Характеристика форми ліній, діляноктощо (описова)	Конструктивний параметр (характеристика, величина прибавки, розширення в см), графічне зображення
1	2	3
1. Силует виробу	Приталений	
2. Об'ємна форма виробу: пілочки; спинки; рукава.	середня	
Вид поверхні виробу: пілочки; спинки; рукава.	гладка	
Плечовий пояс - довжина плечової лінії; - хар-р з'єднання рукава з проймою; - форма лінії горловини; вид і форма коміра.	Природня Невелика збірка по верху окату рукава V-подібка Стійка подовжена в бант	
Грудний пояс лінія грудей; пройма.	Форма з нагрудною виточкою, пряме прилягання, середня прибавка пройми	Загальна прибавка по лінії грудей 4 см: по ширині спини 1 см, ширині грудей 1,5, ширина пройми 1,5, прибавка висоти пройми 1 см
Корпусний пояс лінія талії; лінія стегон.	Лінія талії на природньому місці зібрана на резинку Лінія стегон вільна за рахунок конусної спідниці	Прибавка по талії 8 см

продовження таблиці

Лінія низу: - довжина виробу(відносно талії, стегон, коліна); - розширення виробу по лінії низу.	Довжина нижче коліна Силует спідниці конусний, розширений до низу	
Рукав: покрій; довжина. Прибавки до обхватів: плеча; зап'ястка.	Вшивний, довгий, прямий	Поп 12 Поз 9
9. Членування виробу	Відрізна лінія талії	
10. Застібка	Виріб по талії на резинці, декоративна застібка по горловині у вигляді банту	
11. Розташування та розміри КДЕ: - пілочка; - спинка; - рукав.	На пілочці розташовані нагрудні виточки в боковому шві 6 см від пройми	
12. Розташування та розміри декоративних елементів	Відрізна стійка горловини висотою 3 см	

3.4. Розробка конструкції моделей колекції

Творча колекція моделей одягу побудована на стандартній базовій конструкції з нагрудною виточкою з різним моделюванням декоративних елементів. Для розробки креслень деталей конструкцій моделей колекції прийнято рішення щодо базової побудови креслень базової конструкції на типову жіночу фігуру для моделювання моделей колекції.

Розробка нової моделі одягу побудована методом, що базується на використанні базових і типових конструкцій одягу. Для коректного балансу плечового виробу нагрудна виточка залишилась в базовій конструкції, але перенесена в боковий шов. Опис моделювання кожної з моделей суконь буде

прописано до схем моделювання деталей (рис. 3.7, 3.8, 3.9, 3.10).

Вихідними даними для розробки первинних креслень деталей моделей є розмірні ознаки типової фігури та величини прибавок на основних ділянках, визначені в результаті художньо-композиційного аналізу. За допомогою САПР Грація побудовано Базову конструкцію сукні жіночої. Розрахунок лінійних вимірів БК, надано у табл. 3.7.

Таблиця 3.8

Розрахунок лінійних вимірів базової конструкції сукні жіночої
(розмір типової фігури 164-88-94)

Позначення виміру на рисунок	Найменування та умовне позначення виміру	Формула, розрахунок, см	Примітки
1	2	3	4
Дтс	Довжина талії спинки	$(1/4 \cdot P - 1) + 0,2$	40,2
Дв	Довжина виробу	$Дтс + (P \cdot 0,44)$	112,36
Дтп	Довжина талії переду	44,9	44,9
Впр	Висота пройми	$Впр + Пвпр = 18,9 + 1,5$	20,4
Шг	Ширина по лінії грудей	$Сг3 + Пг = 44 + 4$	48
Шт	Ширина по ЛТ	$Ст + 4 = 70 + 4$	74
Шб	Ширина по ЛБ	$Сб + 4 = 94 + 4$	98
Пшс	Прибавка ширини спини	1	
Пшпр	Прибавка ширини пройми	1,5	
Пшг	Прибавка ширини грудей	1,5	
Кшир	Контроль ширини грудей	$\frac{1}{2} \cdot Ог + Пшс + Пшпр + Пшг =$ $44 + 1 + 1,5 + 1,5$	48

Побудову базової конструкції було виконано в автоматизованому режимі із застосуванням САПР Грація. Формування вихідних даних для побудови конструкції в автоматизованому режимі здійснено за рахунок побудови алгоритму в параметричній САПР Грація і зображено в додатках на рис. 3.6.

Якість первинного креслення деталей БК оцінена за допомогою одягання лекал одягу на віртуальний манекен в Clo3D: проаналізована відповідність лінійних вимірів розрахункам, передньо-задній, опорний та боковий баланси конструкції (рис. 3.7).

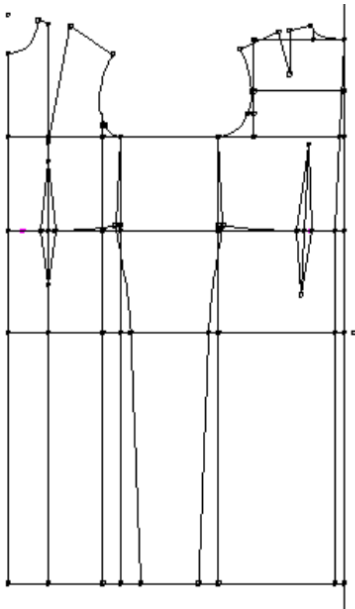


Рис.3.6. Побудова базової конструкції
в САПР Грація

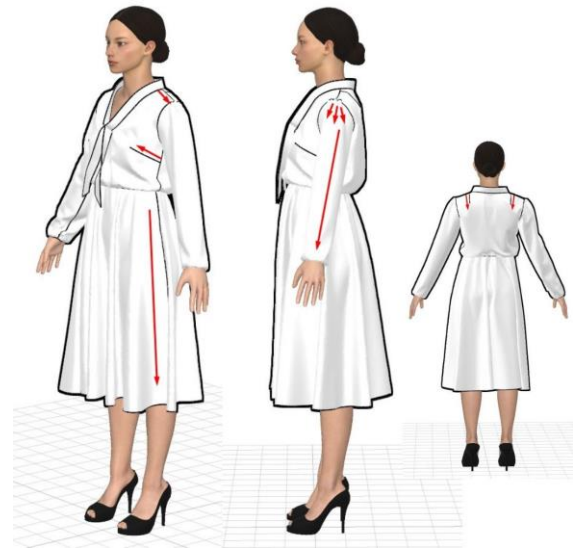


Рис. 3.7 Перевірка якості первинного
креслення деталей БК в Clo3D

Спряженість всіх перерваних ліній конструкцій перевірена за допомогою САПР: лінії плеча спинки при закритій плечовій виточці, лінії плеча переду при закритій нагрудній виточці, лінії горловини у вищих точках горловини спинки і переду, лінії пройми у верхній та нижній частині, лінії окату рукава у нижній частині, лінії низу рукава та виробу тощо (рис. 3.8).

Відповідність отриманої величини посадки рукава перевірено в САПР Грація, що склала 3,78 см при довжині пройми 41,11 см та промодельовано згідно моделі (рис. 3.9).

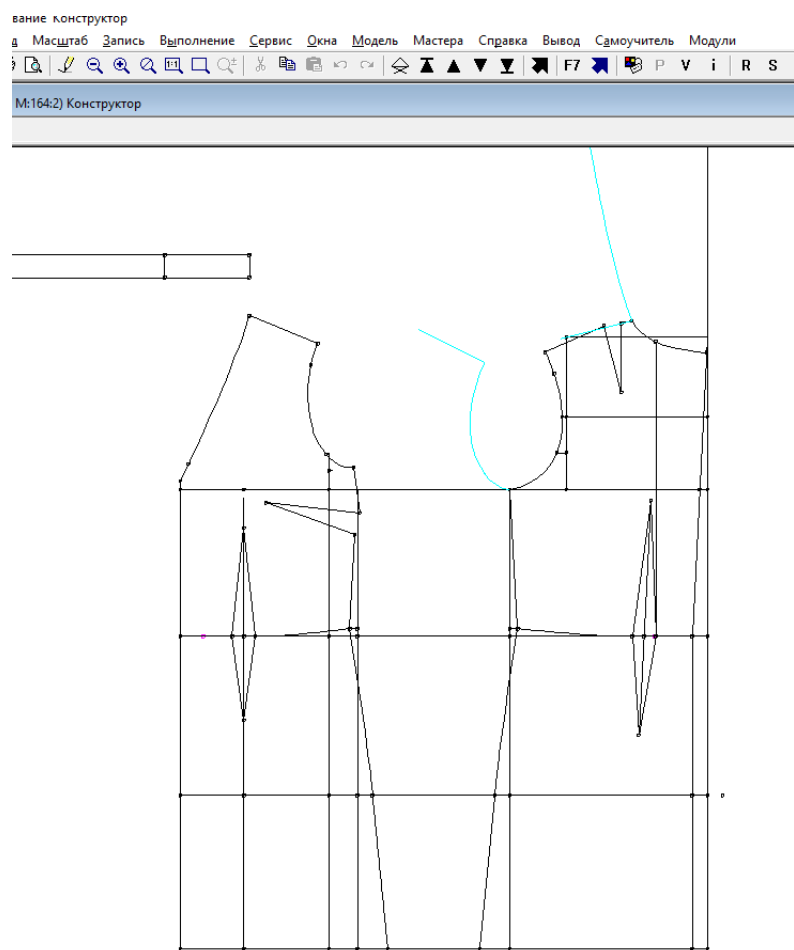


Рис. 3.8. Перевірка спряженості лінії пройми та горловини в САПР Грація

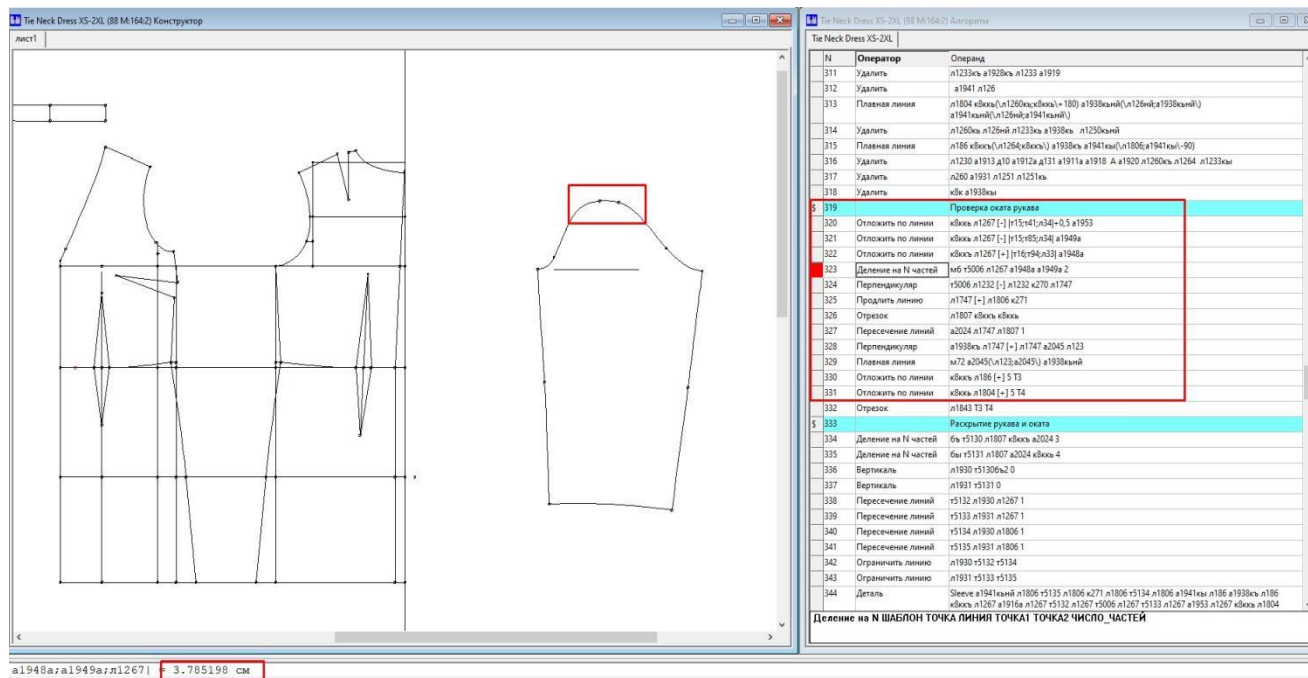


Рис. 3.9. Перевірка посадки окату рукава

Після перевірки лекал в САПР Грація та візуалізації будування на віртуальному манекені в Clo3D оформлено моделювання виробу базової моделі (рис. 3.10). В базовій конструкції нагрудна виточка перенесена в боковий шов і частково в лінію пройми. Тальєві виточки залишаються, але в лекала додаватись не будуть, оскільки в лінію талії буде вставлена резинка. Рукав розкрито по окату по 1,5 см по наміточним лініям і по низу рукава по 1 см для рівномірної збірки по окату та резинки низу рукава. Додано конусну юбку по пілочці і спинці, радіус якої розраховано за формулою побудови юбки-напівсонце ($\frac{1}{2} * \text{От}$)*0,64. Також побудовано комір-стійку, опираючись на довжину горловини спинки та пілочки, що переходить в бант-зав'язку.

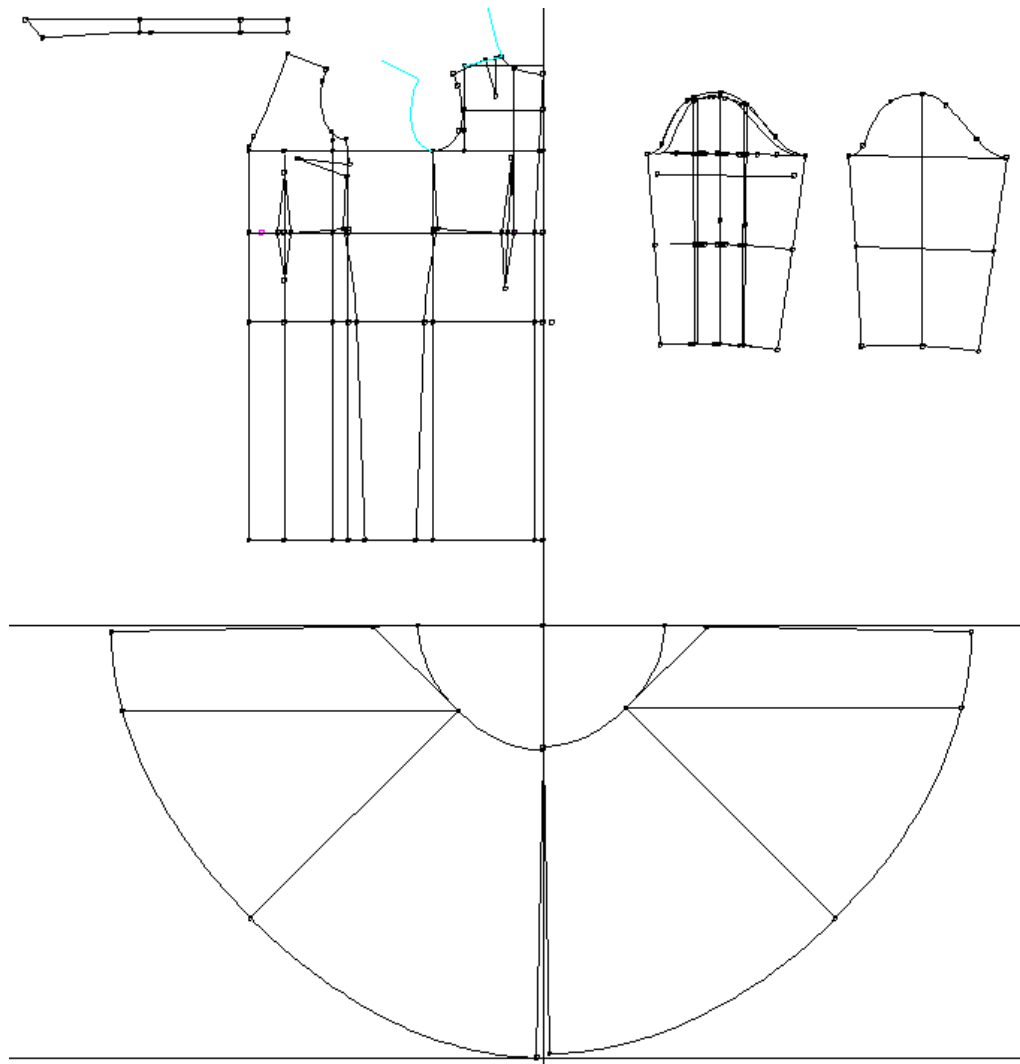


Рис. 3.10. Схема моделювання деталей пілочки і спинки в САПР Грація базової моделі №1

На базовій конструкції виконано моделювання інших моделей колекції в САПР Грація та представлено на рисунках 3.11, 3.12, 3.13

Модель №2 представлена на рис. 3.8. Тут нагрудна виточка змодельована в боковий шов і частково в лінію пройми. Лінія головини V-образна і продовжена на запах. Рукав теж змодельований з Базової конструкції, змінена довжина рукава і розкрита лінія низу по наміточним лініям. В лекалах не буде тальєвих виточок, оскільки лінія талії буде зібрана на резинку. Конусна юбка побудована аналогічно Базовій моделі колекції.

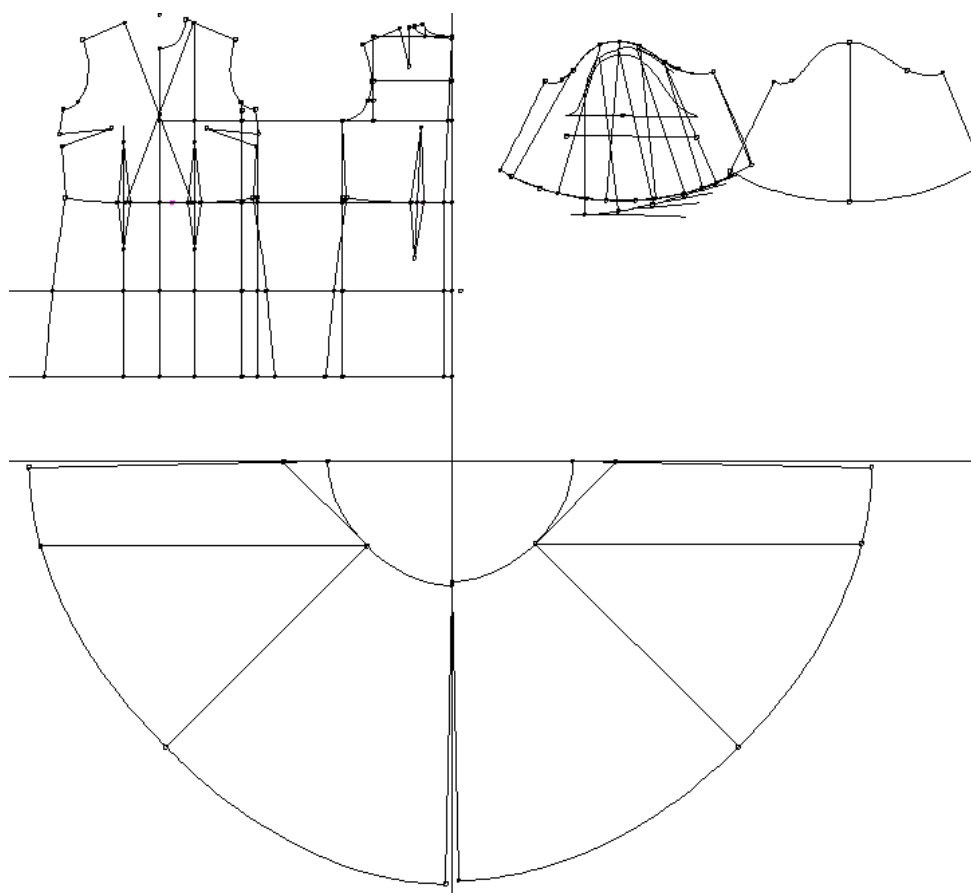


Рис. 3.11. Схема моделювання пілочки і спинки в САПР Грація моделі №2

В моделі №3 теж нагрудна виточка в боковому шві і частково в проймі. Тальєві виточки залишаються по моделі. Плечова виточка змодельована в лінію пройми і спинка оформлена з кокеткою. Сукня з цільною планкою, шириною 2,5 см. По рукаву змінена тільки довжина на ширину манжети та оформлена складка

для з'єднання з манжетою. Оформлено комір-стійку, опираючись на лінію по спинці та до точки надсічки лінії горловини переду.

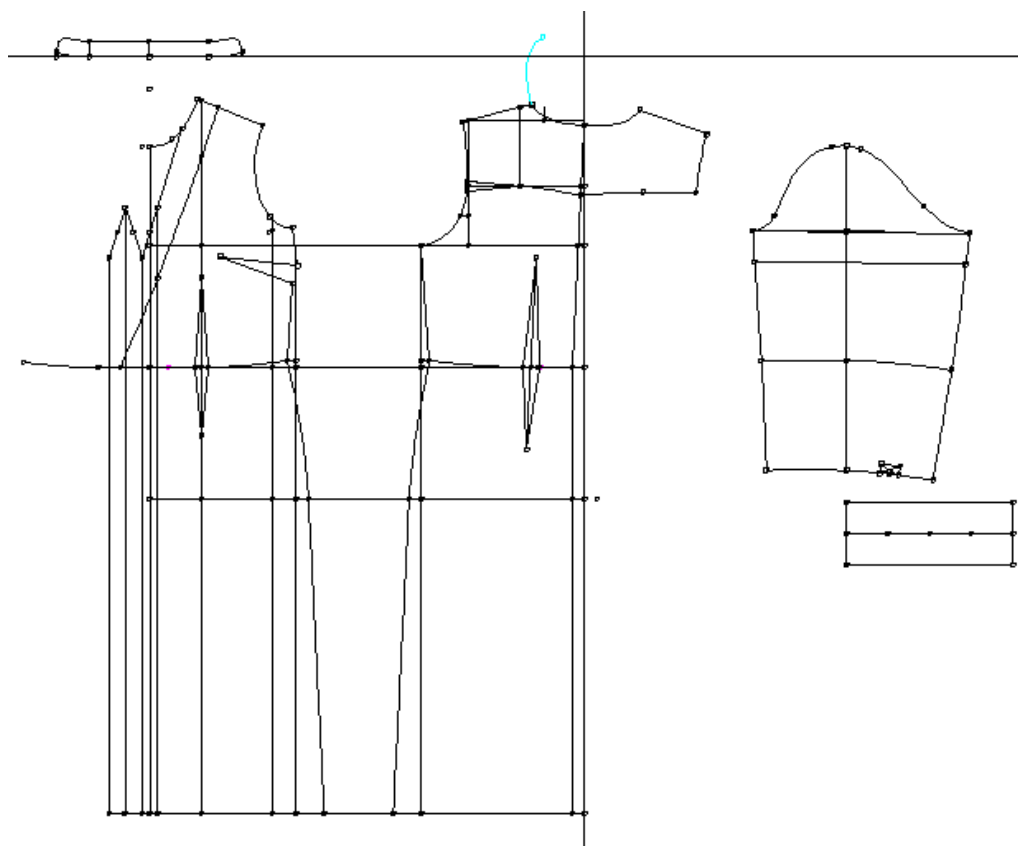


Рис. 3.12. Схема моделювання деталей пілочки і спинки в САПР Грація моделі №3

Модель №4. Нагрудна виточка змодельована в кокетку по пілочці і перенесена в центр по лінії висоти грудей. V-образна горловина. Бокові лінії від рівня стегон продовжені до лінії низу і деталі спинки та нижньої частини пілочки будуть кроїтися в косому напрямленні нитки основи. Рукав розкрито по лінії низу і буде розріз по центру Рукава від точки надсічки. По спинці буде середній шов. Талієвих виточок в лекалах не передбачено.

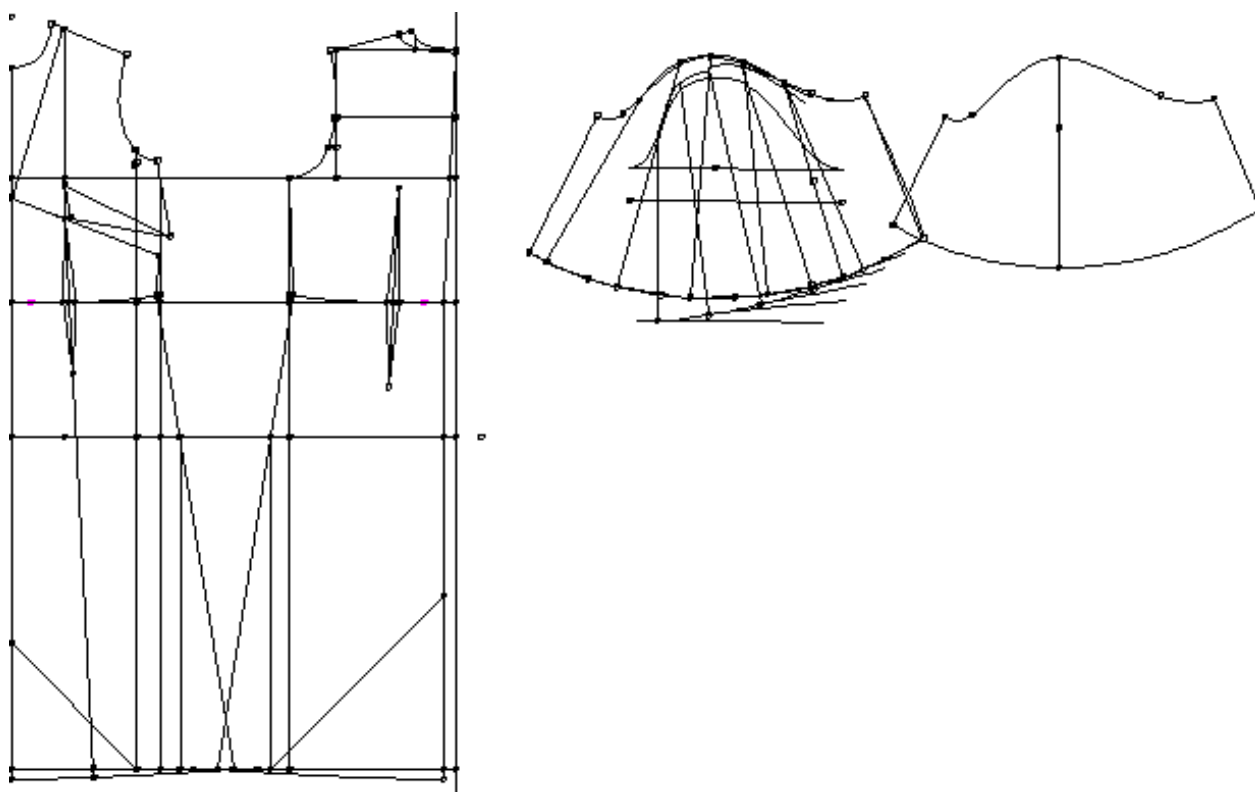


Рис. 3.13. Схема моделювання деталей пілочки і спинки в САПР Грація моделі №4

Моделі творчої колекції розроблені у системі ансамбль за рахунок холодної гами кольорів, свіжого весняного принту квітів в лавандовому, синьому, рожевому кольорах. Базова модель була представлена на конкурсі моделей від САПР Грація, де була продемонстрована сама модель сукні та її побудова в алгоритмі програми.

Після перевірки лекал в САПР Грація та візуалізації будування на віртуальному манекені в Clo3D, розроблені остаточні лекала базової моделі, специфікація та план розкладки деталей на тканині.

В ході технологічної підготовки до виготовлення моделей було визначено вибір швейних ниток, фурнітури, основний та допоміжний матеріалів, з яких створена базова модель сукні жіночої.

В додатку В представлені фото моделей творчої колекції впоєднанні з 3D-приміркою.

Висновки до розділу 3

В ході конструкторської розробки та виготовлення в матеріалі моделей колекції визначено, що складовими елементами формування базового (незмінного) простору моделей є базова основа побудована на жіночу фігуру, будування плечового виробу з нагрудною виточкою. Довжина спідниці суконь на рівні колін. Кольорова гама – холодні відтінки синього, лавандового, рожевого кольорів з квітковим принтом. Горловина суконь V-подібна, для видовження силуету.

Складовими елементами модифікованого простору моделей колекції є моделювання плечової виточки за рахунок кокеток, зміни нахилу та довжини плеча, переведення в лінію пройми. Різне оздоблення горловини коміром, обтачкою, або стійка, що подовжена на бант. Форма рукаву у вигляді крильця, розширеним до низу, прямого силуету зі збіркою по лінії окату та низ рукава зібраний на резинку, прямий рубашечний рукав на манжеті. Різна довжина рукаву: повної довжини, $7/8$, над ліктем.

Моделі творчої колекції розроблені у системі ансамбль за рахунок холодної гами кольорів, свіжого весняного принту квітів в лавандовому, синьому, рожевому кольорах.

Творча колекція моделей одягу побудована на стандартній базовій конструкції з нагрудною виточкою з різним моделюванням декоративних елементів. Для розробки креслень деталей конструкцій моделей колекції прийнято рішення щодо базової побудови креслень базової конструкції на типову жіночу фігуру для моделювання моделей колекції.

Розробка нової моделі одягу побудована методом, що базується на використанні базових і типових конструкцій одягу.

Створено технічні малюнки на кожну модель та додані описи до схем моделювання деталей конструкцій. Розроблено схеми моделювання до всіх моделей колекції.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У даній роботі досліджено моду періоду Великої Депресії 1930-х років. Метою роботи було вивчення модних тенденцій та взаємозв'язку між модою та соціальними, економічними і культурними факторами того часу.

У дослідженні проаналізовано соціальний, політичний і культурний контекст Великої депресії, який мав сильний вплив на тогочасну моду. Тогочасна економічна депресія, безробіття та регулювання характеризували цей період. Однак мода не зупинилася і стала важливим елементом самовираження, протесту та виживання.

Одним із важливих аспектів цього дослідження є класова мода 1930-х років. Вона відображала відмінності у смаках та стилі між буржуазією та робітничим класом. Модні бренди, які не змогли протистояти кризі, зазнали великих труднощів, але деяким все ж вдалося вижити, пристосувавшись до нових умов. Деякі бренди, що розпочали своє існування за часів Великої депресії, виявилися успішними і вплинули на подальший розвиток моди.

Виявилася також роль видатних модельєрів того часу, таких як Коко Шанель та Ельза Скіапареллі. Конкуренція між ними та різні стилі їхніх моделей відображали нерівність у суспільстві та різні погляди на моду.

Охарактеризовано, що кінематограф у 1930-х роках був важливим засобом популяризації та впливу на моду. Образи тогочасних кінозірок слугували прикладом стилів і модних тенденцій, які впливали на широку аудиторію. Засоби масової інформації, такі як журнали та фотографія, також відігравали важливу роль у поширенні модних ідей і тенденцій.

Тканини та фасони моди 1930-х років були адаптовані до економічних обмежень. Прості, економічні матеріали стали більш поширеними, а фасони – більш практичними. Кольорова палітра також була підпорядкована економічній ситуації, відображаючи глибокі та приглушені відтінки.

Результати дослідження свідчать про те, що мода під час Великої Депресії відігравала важливу роль як засіб самовираження, протесту та виживання. Мода відображала соціальні зміни та пристосовувалася до складних економічних умов,

вона стала вираженням класових відмінностей і різних поглядів на стиль та елегантність.

Отримані результати мають практичне значення для сучасних дизайнерів і творців моди. Вони можуть слугувати джерелом натхнення при створенні колекцій, які враховують історичний контекст та соціальні впливи. Дослідження також є основою для подальших розробок і поглибленого аналізу в галузі історії моди та культури.

Важливо зазначити, що це дослідження має певні обмеження. Велика Депресія була складним і різноманітним періодом, а мода в різних країнах і соціальних групах характеризувалася унікальними особливостями. Щоб зрозуміти цю тему повніше, подальші дослідження могли б охопити більше фонових факторів і вивчити вплив моди на різні аспекти життя людей у цей період.

Таким чином, дослідження моди під час Великої Депресії 1930-х років виявило важливі аспекти взаємозв'язку між модою та соціально-економічними умовами. Мода стала засобом вираження ідентичності, протесту та адаптації до складних обставин. Результати цього дослідження створюють основу для подальших розвідок у цій сфері та сприяють розвитку дизайну одягу з огляду на його історичний контекст і соціальний вплив.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 1930s fashion: women & men's clothing.
URL: <https://www.familysearch.org/en/blog/1930s-fashion-women-men-clothing> (дата звернення: 16.01.2024).
2. Agins T. The end of fashion: how marketing changed the clothing business forever. London: Harper Paperbacks. 2000. 308 p.
3. Amy L. Roberts. History of american fashion during the hollywood golden. New York: Harper Collins. 2015. 258 p.
4. Arnold R. American Look: Fashion and the Image of Women in 1930's and 1940's New York. London: I.B. Tauris, 2008. 237 p.
5. Baudot F. Elsa Schiaparelli. [S.I.] : Universe Books, 1997. 80 p.
6. Beaton C. Glass of fashion. London: Weidenfeld and Nicolson. 1954. 343 p. 54-56 p.
7. Blumer H. Fashion : From Class Differentiation to Collective Selection. *The Sociological Quarterly*. 1969. Vol.10, Iss. 3. P.275–291.
8. Breward Ch. The Culture of Fashion. Manchester : Manchester University Press, 1995. 304 p.
9. Cally Blackman. 100 Years of fashion. London: Laurence King Publishing – Pocket Editions. 2020. 400 p. 120-122 p.
10. Cannon A., Niessen S., Bryden A. (eds.) The Cultural and Historical Contexts of Fashion. *Consuming Fashion : Adorning the Transnational Body*. 1998. Vol. 5. P. 23–38.
11. Chanel : веб-сайт. URL : <http://www.chanel.com> (дата звернення: 19.04.2023).
12. Chouprina N. V. Sources of receiving information of modern tendencies in fashion industry. *Vlakna a Textil*. 2016. № 4. P. 47–54.
13. Cole D. J., Deihl N. The History of Modern Fashion. London: Laurence King Publishing. 2012. 400 p. с. 284-286.
14. Cosmetics and skin: max factor (1930-1945). *Cosmetics and Skin: Home*. URL: <https://cosmeticsandskin.com/companies/max-factor-1930.php> (дата звернення: 14.06.2024).

15. Costantino M. *Fashions of a Decade. The 1930s*. London: Chelsea House Publications. 2006. 64 p. 51-54p.
16. Craik J. *The Face of Fashion*. London : Routledge, 1994. 186p.
17. Dale & Diana Vreeland McConathy. *Hollywood costume: glamour, glitter, romance*. New York : H. N. Abrams, 1976. 290 p.
18. Eceiza L. *Atlas of Fashion Designers*. Beverly, Massachusetts: Rockport Publishers. 2008. 422 p.
19. Eving E., Mackrell A. *A History of 20th Century Fashion*. [S.I.] : Chrysalis Books, 2001. 335 p.
20. Ewing E. *Fabulous fashion 1907-67*. Sidney: International Cultural Corp of Australia. 1981. 155 p. 45-47 p.
21. Ewing E. *History of twentieth century fashion*. Lanham: Barnes & Noble Books, 1992, 155 p.
22. *Fashion Design: 1800 – 1940*. Amsterdam: The Pepin Press. 2007. 408 p.
23. Finamore M. T. *Hollywood before glamour: fashion in american silent film*. London: Palgrave Macmillan. 2013. 259 p. 210-211 p.
24. Flugel J. C. *The Psychology of Clothes*. London : Hogarth, 1930 [1968]. 268 p.
25. Grantland B. H. *An essential guide for hat collectors*. Huston: Headwear Press. 2012. 233 p.
26. Hermès 101: history of the legendary house - the vault. *The Vault*. URL: <https://www.rebag.com/thevault/hermes-101-history-legendary-house/> (дата звернення: 14.06.2024).
27. Hilliard J. L. *British Working Dress*. London: Shire, 2012, 132 p.
28. James L. *Costume and fashion: a concise history*. London: Thames and Hudson. 2002. 265 p. 176-177 p.
29. Jayne Shrimpton. *Fashion in the 1930s*. London: Shire Publications. 2014. 93 p.
30. Kazanjian D. *Vogue: the covers*. New York: Abrams. 2017. 48 p.
31. Leventon M. *Fashion details: a historical sourcebook*. Brighton: Ivy Press. 2016. 352 p. 98-100p.

32. Lewis G. M., Meinig D. W. The shaping of america: a geographical perspective on 500 years of history. The Royal Geographical Society (with the Institute of British Geographers), 1987, 164 p. URL: <https://doi.org/10.2307/634883> (дата звернення: 14.04.2024).
33. Linda Welters. Fashion History: A Global View. London: Bloomsbury. 2018. 209 p.
34. Maggy Rouff. Philosophy of Elegance. Paris: Charles Letellier. 1956. 288 p. 179–183 p.
35. Mainbocher - Fashion Designer Encyclopedia - clothing, women, suits, dress, style, new, body, hair. Fashion Encyclopedia. URL: <http://www.fashionencyclopedia.com/Le-Ma/Mainbocher.html> (дата звернення: 13.03.2024).
36. McElvaine R. S. The great depression: America, 1929-1941. New York: Times Books, 1984. 448 p. 368-371 p.
37. Mendes V. D. , Claire Wilcox C. 20th-Century fashion in detail. New York: Thames & Hudson. 2018. 211 p.
38. Mendes V. D., Mendex V., Wilcox C. Modern fashion in detail. London: V & A Publications, 1997. 84 p.
39. Palmer A. Cultural history of dress and fashion in the modern age. London: Bloomsbury Publishing Plc. 2021. 45 p.
40. Pointon M. R. Brilliant effects: a cultural history of gem stones and jewellery. New Haven (USA): Published for the Paul Mellon Centre for Studies in British Art by Yale University Press, 2009. 352 p.
41. Steele V. Fashion and eroticism: Ideals of feminine beauty from the Victorian era to the jazz age. New York: Oxford University Press. 1985. 327 p. 144-145 p.
42. Troy N. J. Couture culture: a study in modern art and fashion. Cambridge, Mass: MIT Press. 2003. 451 p. 295-298 p.
43. *Vogue* : веб-сайт. URL : <https://www.vogue.com/> (дата звернення: 03.04.2024).
44. Дубрівна А. П., Кружиліна К. А. Візуально-образна мова fashion-ілюстрації. *Технології та дизайн*. 2020. № 3. с. 13-21. URL:

- https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/16399/1/td_2020_N3_04.pdf (дата звернення: 23.03.2024).
45. Історія fashion-ілюстрації: мода – це мистецтво. History of fashionillustration. URL: <https://vylavcha.wordpress.com/2014/10/22/> (дата звернення: 21.01.2024).
46. Історія бренду Chanel. Статті компанії «Інтернет-магазин "InterBag"». URL: <https://interbag.com.ua/ua/a237433-istoriya-brenda-chanel.html> (дата звернення: 26.01.2024).
47. Каранковська Ю. Головна суперниця Коко Шанель: як Ельза Скіапареллі змінила світ моди. ТСН.ua. URL: <https://tsn.ua/lady/news/obschestvo/golovna-supernicya-koko-shanel-yak-elza-skiaparelli-zminila-svit-modi-1623385.html> (дата звернення: 21.03.2024).
48. Кокс Б. Історія моди. Ілюстрована енциклопедія з давнини до сьогодення. Харків: Пелікан. 2013. 256 с. 64-68.
49. Мода десятиліть XX століття. URL: <https://www.legaltechnique.org/articles/istoriya/moda-desyatiletij-xx-veka-bull-novosti-v-fotografiyah.html> (дата звернення: 10.02.2024).
50. Селезньова А. В. Дослідження розвитку fashion-ілюстрацій в історичному контексті на основі творчості відомих художників. *Ресурсозберігаючі технології легкої, текстильної і харчової промисловості: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів. Хмельницький : ХНУ, 2021. С.244-245. – URL: <https://tksv.khmnu.edu.ua/inetconf/2021/khnu2021.pdf#page=244> (дата звернення: 17.12.2023).*
51. Селезньова А. В. Сучасні тенденції розвитку fashion-ілюстрації в Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство. Київ : КНУКіМ, 2020. Вип. 43. С.17-26.*
52. Тканко З., Коровицький О. Моделювання костюма в Україні XX століття : навч. посібник. Львів : Брати Сиротинські і К, 2000. 94 с.
53. Тканко З. Мода в Україні XX століття : монографія. Львів : АРТОС, 2015. 236 с.

- 54.Учасники проєктів Вікімедіа. Велика депресія у США – Вікіпедія. *Вікіпедія*.
URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Велика_депресія_у_США (дата звернення: 14.06.2024).
- 55.ХХ століття. Історія сукні та не тільки. *ETHOXATA*.
URL: <https://etnoxata.com.ua/statti/moda-ta-stil/hh-stolittja-istorija-sukni-ta-ne-tilki/> (дата звернення: 12.02.2024).
- 56.Чупріна Н. В. Визначення критеріїв взаємовпливу високої та вуличної моди у формуванні актуального модного образу в індустрії моди. *Культура і сучасність: альманах*. 2016. № 2. С. 72–76.
- 57.Чупріна Н.В. Вінтаж як тенденція сучасної індустрії моди. *Культурно-мистецьке середовище: творчість та технології*: матеріали VII Міжнар. наук.-творч. конф. К.: НАКККиМ, 2014. С. 79–82.
- 58.Чупріна Н.В. Система моди ХХ – початку ХХІ століття: проєктні практики та чинники функціонування (європейський та український контексти) : монографія. К. : КНУТД, 2019. 476 с.: іл.
- 59.Чупріна Н.В., Герман Т.В., Долідзе Н.С., Погосян Д.Т. Вплив кінематографа 1930-х років на розвиток модних образів початку ХХ та ХХІ століть. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (26 квітня 2021 р., м. Київ): В 2-х т. Т.1. Київ: КНУТД. 2020. С. 193-196.
URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/17947> (дата звернення: 17.05.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А.1

Відображення впливу економічної кризи на суспільство і мистецтво

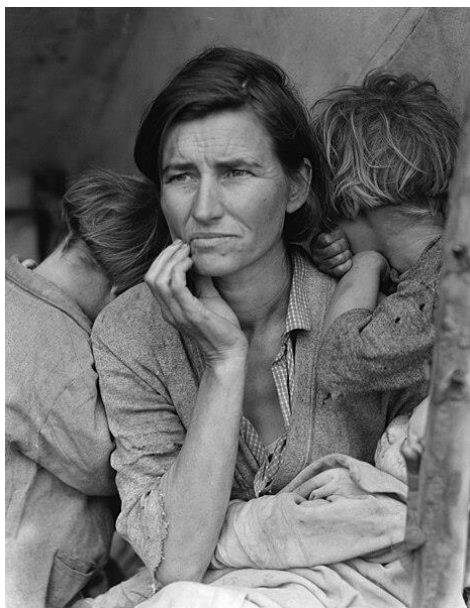


Рис. А.1.1

Дороті Ланг, "Матері-мігрантки", 1936 р., Художня галерея Barbican в Лондоні

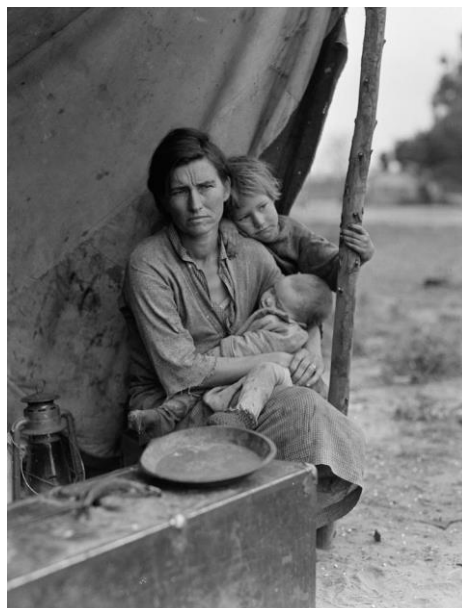


Рис. А.1.2

Дороті Ланг, "Матері-мігрантки", 1936 р., Бібліотека Конгресу США



Рис. А.1.3

Августа Севідж зі своєю скульптурою Realization, 1938, Національний музей афроамериканської історії та культури Смітсонівського інституту у Вашингтоні

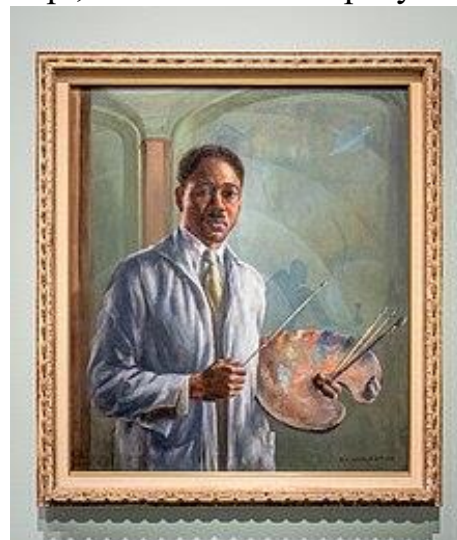


Рис. А.1.4

Портрет Дугласа роботи Едвіна Гарлестона (1930), представлений на виставці "Гарлемський ренесанс і трансатлантичний модернізм" у Метрополітен-музеї



Рис. А.1.5

Кадр з фільму «Наш щоденний хліб»
режисера Кінга Відора, 1934 р.



Рис. А.1.6

Кадр з фільму «Наш щоденний хліб»
режисера Кінга Відора, 1934 р.



Рис. А.1.7

Вірджинія Черрілл у фільмі «Вогни
великого міста», режисера Чарльза
Чапліна, 1931 р.



Рис. А.1.8

Вів'єн Лі у фільмі «Віднесені вітром»,
режисера Віктора Флемінга, 1939 р.



Рис. А.1.9

Чоловічий костюм в 1930-х роках



Рис. А.1.10

Чоловічий костюм в 1930-х роках



Рис. А.1.11

Кетрін Хепберн, 1938 р.



Рис. А.1.12

Кетрін Хепберн в фільмі «Свято»
режисера Джорджа Кьюкора, 1938 р.



Рис. А.1.13
Еррол Флінн, 1941 р.



Рис. А.1.14
Еррол Флінн, 1943 р.



Рис. А.1.15
Обкладинка журналу «Vogue»,
квітень 1930 р.

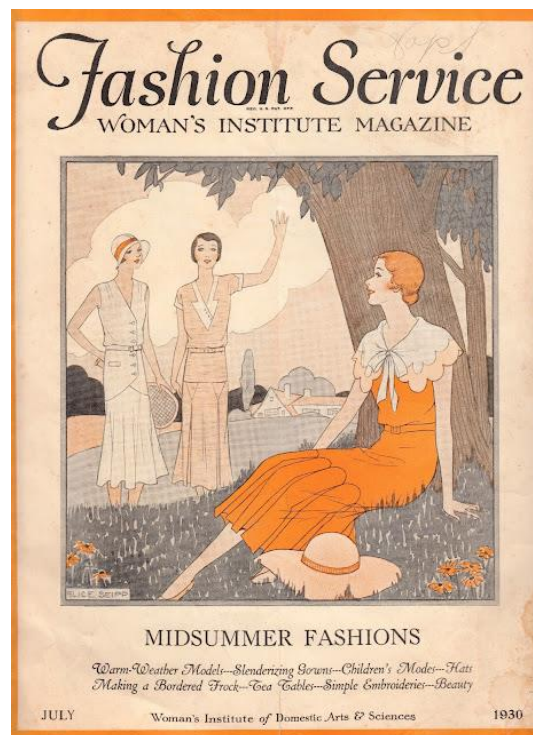


Рис. А.1.16
Обкладинка журналу «Fashion
Service», 1930 р.



Рис. А.1.17

Стаття в журналі «Fashion Service»,
1930 р.



Рис. А.1.18

Стаття в журналі «Fashion Service»,
1930 р.

Додаток А.2

Еволюція і тенденції моди 1930-х років



Рис. А.2.1

Капелюшки з вуаллю, стрічками та квітами, 1934 р.



Рис. А.2.2

Жіночі гамбурзькі капелюхи, 1938 р.



Рис. А.2.3

Чоловічі костюми, журнал «Fashion Park», 1936 р.



Рис. А.2.4

Чоловічі костюми, журнал «Sears Catalog», 1933 р.



Рис. А.2.5
Переселені селяни-орендарі в
спецодязі, 1937 р.



Рис. А.2.7
Металурги в бавовняних штаних і
сорочках, 1938 р.



Рис. А.2.6
Дводенні сукні з журналу «Delineator»,
грудень 1931 р.



Рис. А.2.8
Лейла Хаямс демонструє своє щоденне
вбрання, лютий 1932 р.

Додаток А.3

Діяльність брендів під час Великої Депресії



Рис. А.3.1

Модель Люд у сукні Madame Grès.
Фотограф Хорст П. Хорст, Vogue, 15
березня 1938 року



Рис. А.3.2

Едвіна д'Ерлангер у шифоновій сукні
від Madame Grès, фотограф Хорст П.
Хорст, Vogue, 15 лютого 1936 року



Рис. А.3.3

Сукня «Evening Dress» Chanel,
Колекція Кіотського інституту
костюма, 1930 р.



Рис. А.3.4

Сукня «Evening Dress» Chanel,
Будинок Шанель, Метрополітен-
музей, 1938-9 р.



BURBERRYS
QUALITY and STYLE

Burberry suits, costumes, overcoats and weatherproofs are designed, cut and made by Burberrys expert staff. Exclusive cloths specially woven by or confined to Burberrys. Colourings varied, textures superb, they appeal to those who appreciate excellence in dress, in materials and in service.

THE BURBERRY

The Burberry has established itself throughout all climes as the most valuable weatherproof of from every point: security, health, appearance and perfect comfort.

Airtight, proof against downpour or drizzle, warm in the cold wind, cool on mild days, The Burberry is

THE WORLD'S BEST WEATHERPROOF
ONE OF THE WORLD'S BEST OVERCOATS

OUTFITTING & HOSIERY

Burberrys supply only highest grade accessories to men's dress. The stock is unrivalled for richness of quality.

HATS: HATS, SILK HATS, OPERA HATS, SHOOTING AND FISHING HATS, CAPS, FLYING, HELMETS, SHIRTS, PYJAMAS, DRESSING GOWNS, SOCKS, UNDERWEAR, GOLF STOCKINGS, GLOVES, DRESS SHIRTS, TIES, COLLARS, WAISTCOATS, SUITERS, PULLOVERS, GOLF JACKETS, WALKING-STICKS AND UMBRELLAS.

LADIES' KNITWEAR

Those who appreciate rich quality fabrics will be intrigued by the wide variety of Burberry Knitted Suit Wear in new colorings and exclusive patterns.

JUMERS, PULLOVERS, CARDIGANS, KNITTED COATERS, SUEA BLOUSES, SCARVES, GLOVES, HATS AND ALL THE ACCESSORIES NECESSARY TO WOMEN'S WARDROBE.

Those willing to meet reasonable charges for good work on good materials obtain Burberry Weatherproofs or Overcoats, Suits or Costumes that distinguish them as being well dressed.

Men and women, therefore, in their quest for value and quality, rely with confidence on Burberrys. Rich materials and fine workmanship going hand in hand bring great worth.

ON REQUEST—Terms of exclusive Burberry cloths, together with illustrations, styles and prices. Please mention "The Sphere."

WARNING

No person or person selling it is the subject of an advertisement of Burberry Limited, may be liable to prosecution for passing off as the goods of Burberry Limited, or for using the name "Burberry" in connection with any goods or services.

BURBERRYS 110 HAYMARKET, LONDON, S.W.1 • PARIS, NEW YORK, BUENOS AIRES

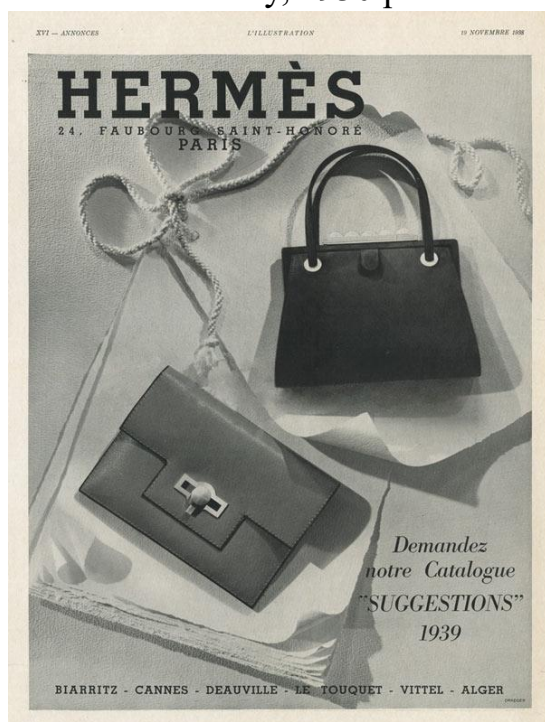
Рис. А.3.5

Реклама британського журналу
Burberry, 1930 р.



Рис. А.3.6

Тренч Burberry, фотограф Генрі
Гуттманн, 1930 р.



271 - ANNONCES L'ILLUSTRATION 10 NOVEMBRE 1939

HERMÈS
24, FAUBOURG SAINT-HONORE
PARIS

Demandez
notre Catalogue
"SUGGESTIONS"
1939

BIARRITZ - CANNES - DEAUVILLE - LE TOUQUET - VITTEL - ALGER

Рис. А.3.7

Вінтажна реклама Hermès, 1939 р.



Рис. А.3.8

Сукня Hermès, 1937 р.



Рис. А.3.9

Костюми для гольфу Lacoste, 1935 р.

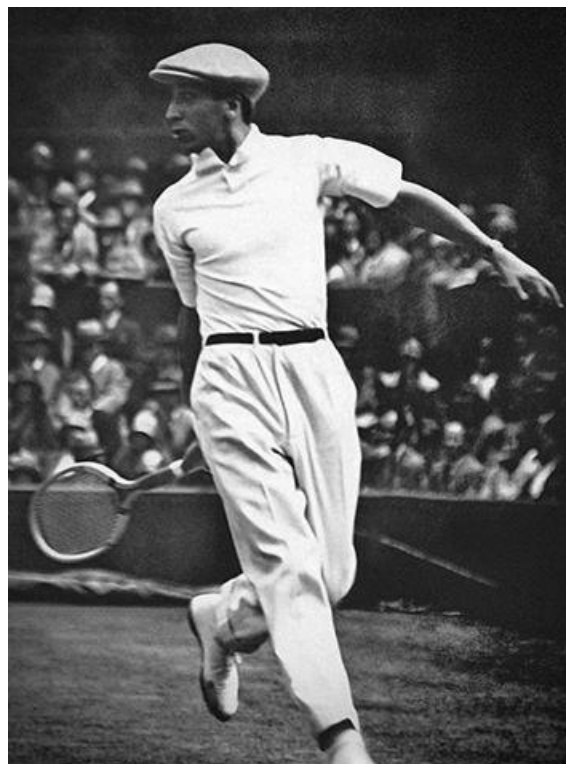


Рис. А.3.10

Поло для гольфу Lacoste, 1937 р.



Рис. А.3.11

Компанія Levi's представила свої перші сині джинси для жінок "Lady Levi's", 1934 р.



Рис. А.3.12

Морські джинси та комбінезони
Levi's 1938 р.



Рис. А.3.13

Elsa Schiaparelli, Сукня "Сльози",
1938. Район, шовк. Лондон: Музей
Вікторії та Альберта, Подарована міс
Рут Форд.



Рис. А.3.14

Elsa Schiaparelli, Сукня "Сльози",
1938. Район, шовк. Лондон: Музей
Вікторії та Альберта, Подарована міс
Рут Форд



Рис. А.3.15

Elsa Schiaparelli. Сукня "Скелет", 1938
рік. Шовковий креп, стьобання
трапунто, вата. Лондон: Музей
Вікторії та Альберта.

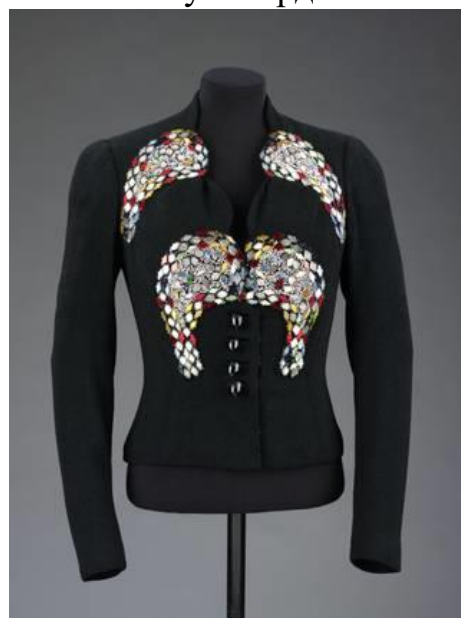


Рис. А.3.16

Elsa Schiaparelli. Вечірній піджак,
лютий 1938 року, Париж, Франція.



Рис. А.3.17

Elsa Schiaparelli. Вечірнє пальто, 1937 рік, Лондон, Англія.



Рис. А.3.18

Elsa Schiaparelli. Пара вечірніх рукавичок, колекція "Цирк", 1938 рік, Париж, Франція.



Рис. А.3.19

Chanel №1, чорна мереживна сукня, 1930 р.



Рис. А.3.20

Chanel, вечірня сукня, 1930 р. Національна галерея Австралії



Рис. А.3.21
Реклама парфумів Chanel, 1937 р.



Рис. А.3.22
Chanel. Вечірня сукня, Подарунок
Інституту дизайну та мерчандайзингу
моди, 1937 р.

Додаток А.4

Особливості моди 1930-х років



Рис. А.4.1

Денні сукні в журналі «Daytime»,
1936 р.



Рис. А.4.2

Сукні без рукавів в журналі
«Daytime», 1932 р.



Рис. А.4.3

Студійне фото акторки Марлен Дітріх
1931 року. Фото: Paramount,.



Рис. А.4.4

Сукня з принтом 1930-х років. Фото:
Оклендський музей.

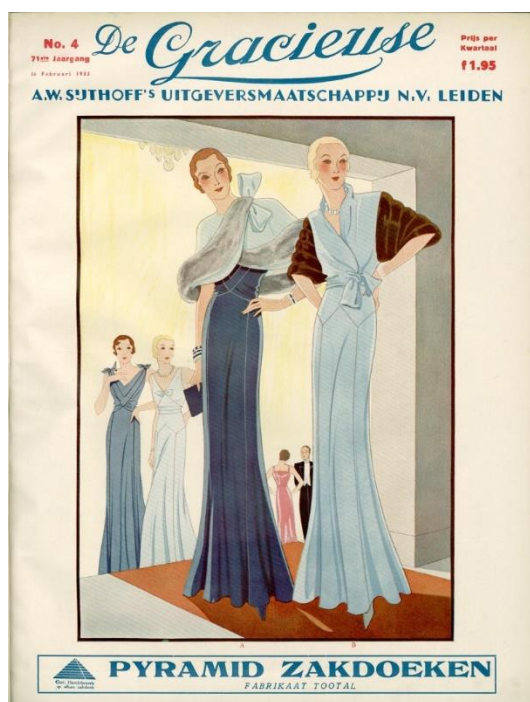


Рис. А.4.5

Вечірні сукні 1930-х років з жакетом-болеро, Uitgeverij A.W. Sijthoff.



Рис. А.4.6

Модель в сукні з довгими колонами і чітко окресленою талією, 1936 р.



Рис. А.4.7

Вечірня шовкова шифонова сукня Мадлен Віонне зі зміщеним кроєм, 1932 рік, Музею мистецтв Школи дизайну Род-Айленда



Рис. А.4.8

Популярні у 1930-х роках підбори, прикрашені коштовним камінням.



Рис. А.4.9

Кларк Гейбл - відомий актор, який отримав премію "Оскар" за найкращу чоловічу роль у 1934 році.



Рис. А.4.10

Повсякденне вбрання чоловіка в першій половині 1930-х років.



Рис. А.4.11

Віденський стиль костюма у 1930-х роках.



Рис. А.4.12

Чоловіки робітничого класу в популярних бейсболках 1930-х.



Рис. А.4.13

Зразки дитячої моди з журналу
«Daytime», 1932 р.



Рис. А.4.14

Дитячий одяг для хлопчика 1930-х
років.



Рис. А.4.15

Глорія Свонсон в ювелірних прикрасах в стилі арт-деко, 1934 р.



Рис. А.4.16

Ілюстрація 1937 року, де зображені геометричні лінії, а декольте прикрашають прості кліпси або брошки.



Рис. А.4.17

Реклама ювелірних виробів Kramer, 1937 р.



Рис. А.4.18

Прикраси зі стразами, 1936 р.

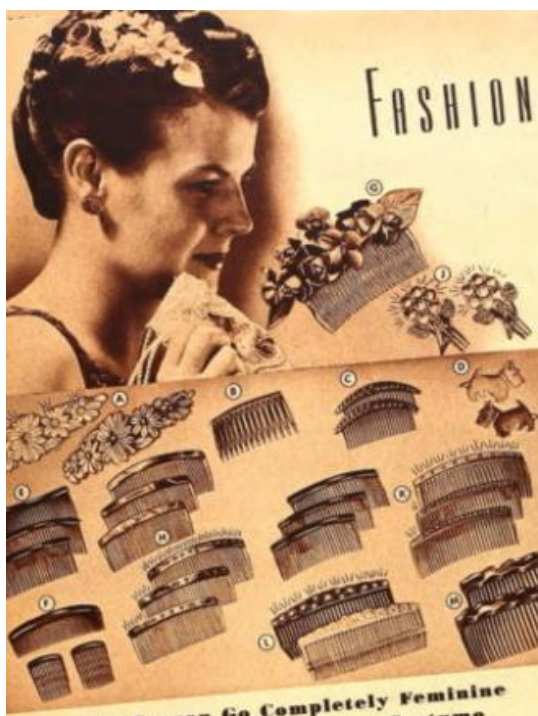


Рис. А.4.19
Гребінці для волосся, 1939 р.



Рис. А.4.20
Приклад того, як носили платтяні кліпси у 1930-х роках, прикрашаючи декольте.



Рис. А.4.21
Перлове намисто і сережки
Джоан Кроуфорд, 1938 р.



Рис. А.4.22
Два пакувальні капелюхи для подорожей;
Agnes, "Жіночий домашній компаньйон",
жовтень 1937 року.



Рис. А.4.23
Зачіска американської акторки Ріти
Гейворт, 1937 р.



Рис. А.4.24
Зачіска американської акторки
Лоретти Янг



Рис. А.4.25
Посібники з макіяжу в журналі 1930
р.



Рис. А.4.26
Макіяж американської акторки
Джоан Кроуфорд, 1935 р.

Hollywood's Make-Up Genius Tells

How to Always

Look Young

with

MAKE-UP



★ KAY FRANCIS ★ *Mrs. Walter Winchell, Joan Crawford, Mae West, Bette Davis and countless others*

MAKE-UP—Color is the life and attraction of youthful beauty, and this secret of color attraction is the magic principle in a new kind of make-up created for the screen stars, and you, by Max Factor, Hollywood's genius of make-up.

For twenty odd years Max Factor has created make-up for Hollywood's most famous beauties. From this unique experience has come this original discovery—cosmetic color harmony. A makeup ensemble for street wear... powder, rouge, lipstick and other cosmetics... its color harmony for every type of blonde, brunette, brunette and redhead.

You'll be amazed at the difference in youthful beauty gained. Each shade in face powder, for example, is created in some secret star pattern. Not a flatter color, but a color harmony tone composed of scientifically balanced chromatic colors. Thus, oil-color, opaque and powdery effects are overcome. A face powder so soft and silk-like in texture, it blends invisibly with the skin... yet imparts a lovely, delicate, natural color tone.

It creates that satiny-smooth beauty you've admired on the screen. Yet you may be sure it never "shines," as it clings for hours, not, for screen stars will not need a powder that fluffs away.

A luxury, created originally for the stars of the cinema, now available to you at the nominal price of one dollar a box.

Rouge, lipstick, eyebrows are created by Max Factor on the same amazing color or harmonic principle... fifty cents each! Purely guarantee in each package... the seal of Good Housekeeping Magazine.

At all drug and department stores.

Max Factor's Color Harmony Makeup—Cher for Your Type

Discover which lovely cheeks and beauty you can gain with your own personal color harmony in Max Factor's Make-Up. Accords this precious beauty gift. Mail coupon now!

Max Factor's HOLLYWOOD MAKE-UP
The favorite of the Stars—Mae West, Joan Crawford, Bette Davis, and countless others

PURSE-SIZE BOX OF POWDER... \$1 REBATE
Name _____
Address _____
City _____ State _____ Zip _____
Send me this beautiful gift of Max Factor's Make-Up.

JOAN BURNESS
Walter Winchell and Helen Warner

Box of Make-Up, with a Rebate
Name _____
Address _____
City _____ State _____ Zip _____
Send me this beautiful gift of Max Factor's Make-Up.

Рис. А.4.27

Стаття Max Factor Society Make-up,
1932 р.



Рис. А.4.29

Актор Джеймс Кегн, Голлівуд, 1930 р.

MYRA LOY
*in MAX FACTOR'S NEWLY
 "LUCKY NIGHT"*
has in us your favorite theater.

Try Hollywood's Amazing New LIPSTICK

A REVOLUTIONARY creation by Max Factor • Hollywood, The Color Lipstick is the most exciting lip make-up discovery in years. Just some these four amazing features:

1. *lipstick red of your lips*
2. *non-drying, but indelible*
3. *safe for sensitive lips*
4. *eliminates lipstick line*

Yes indeed! Max Factor's The Color Lipstick really has everything! Try it and you'll discover the perfect lip make-up for every alluring and heavenly shade... \$1.00. Non coupon for special value only.

Max Factor
 •HOLLYWOOD

POWDER

Created by Max Factor, Hollywood's most famous makeup artist, this new powder gives you the most perfect skin finish. It is made of pure, refined and softest powders, and is the most beautiful and most perfect skin finish. It is the most perfect skin finish. It is the most perfect skin finish.

ROUGE

Created by Max Factor, Hollywood's most famous makeup artist, this new rouge gives you the most perfect skin finish. It is made of pure, refined and softest powders, and is the most beautiful and most perfect skin finish. It is the most perfect skin finish.

POWER MAKE-UP KIT

MAX FACTOR POWDER, ROUGE AND LIPSTICK IN YOUR COLOR VARIATION

Color Variation	Color Variation	Color Variation	Color Variation	Color Variation
1. Lipstick Red	2. Lipstick Red	3. Lipstick Red	4. Lipstick Red	5. Lipstick Red
6. Lipstick Red	7. Lipstick Red	8. Lipstick Red	9. Lipstick Red	10. Lipstick Red
11. Lipstick Red	12. Lipstick Red	13. Lipstick Red	14. Lipstick Red	15. Lipstick Red
16. Lipstick Red	17. Lipstick Red	18. Lipstick Red	19. Lipstick Red	20. Lipstick Red
21. Lipstick Red	22. Lipstick Red	23. Lipstick Red	24. Lipstick Red	25. Lipstick Red
26. Lipstick Red	27. Lipstick Red	28. Lipstick Red	29. Lipstick Red	30. Lipstick Red
31. Lipstick Red	32. Lipstick Red	33. Lipstick Red	34. Lipstick Red	35. Lipstick Red
36. Lipstick Red	37. Lipstick Red	38. Lipstick Red	39. Lipstick Red	40. Lipstick Red
41. Lipstick Red	42. Lipstick Red	43. Lipstick Red	44. Lipstick Red	45. Lipstick Red
46. Lipstick Red	47. Lipstick Red	48. Lipstick Red	49. Lipstick Red	50. Lipstick Red
51. Lipstick Red	52. Lipstick Red	53. Lipstick Red	54. Lipstick Red	55. Lipstick Red
56. Lipstick Red	57. Lipstick Red	58. Lipstick Red	59. Lipstick Red	60. Lipstick Red
61. Lipstick Red	62. Lipstick Red	63. Lipstick Red	64. Lipstick Red	65. Lipstick Red
66. Lipstick Red	67. Lipstick Red	68. Lipstick Red	69. Lipstick Red	70. Lipstick Red
71. Lipstick Red	72. Lipstick Red	73. Lipstick Red	74. Lipstick Red	75. Lipstick Red
76. Lipstick Red	77. Lipstick Red	78. Lipstick Red	79. Lipstick Red	80. Lipstick Red
81. Lipstick Red	82. Lipstick Red	83. Lipstick Red	84. Lipstick Red	85. Lipstick Red
86. Lipstick Red	87. Lipstick Red	88. Lipstick Red	89. Lipstick Red	90. Lipstick Red
91. Lipstick Red	92. Lipstick Red	93. Lipstick Red	94. Lipstick Red	95. Lipstick Red
96. Lipstick Red	97. Lipstick Red	98. Lipstick Red	99. Lipstick Red	100. Lipstick Red

Рис. А.4.28

Реклама Max Factor Tru-Color Lipstick,
1939 p.



Рис. А.4.30

Актор Еррол Флінн, Голлівуд, 1938 р.

Додаток А.5

Використання елементів моди 1930-х років в сучасних колекціях



Рис. А.5.1
Paco Rabanne AW19



Рис. А.5.2
Peter Pilotto AW19



Рис. А.5.3
Olivier Theyskens AW19



Рис. А.5.4
Givenchy AW19



Рис. А.5.5
Chanel осінь/зима 2022-2023 Haute
Couture



Рис. А.5.6
Chanel осінь/зима 2022-2023 Haute
Couture



Рис. А.5.7
Chanel осінь/зима 2022-2023 Haute
Couture



Рис. А.5.8
Chanel осінь/зима 2022-2023 Haute
Couture



Рис. А.5.9
Chanel осінь/зима 2022-2023 Haute
Couture



Рис. А.5.10
Chanel осінь/зима 2022-2023 Haute
Couture



Рис. А.5.11
Chanel осінь/зима 2022-2023 Haute
Couture



Рис. А.5.12
Chanel осінь/зима 2022-2023 Haute
Couture

Додаток Б

Ескізи творчої колекції одягу

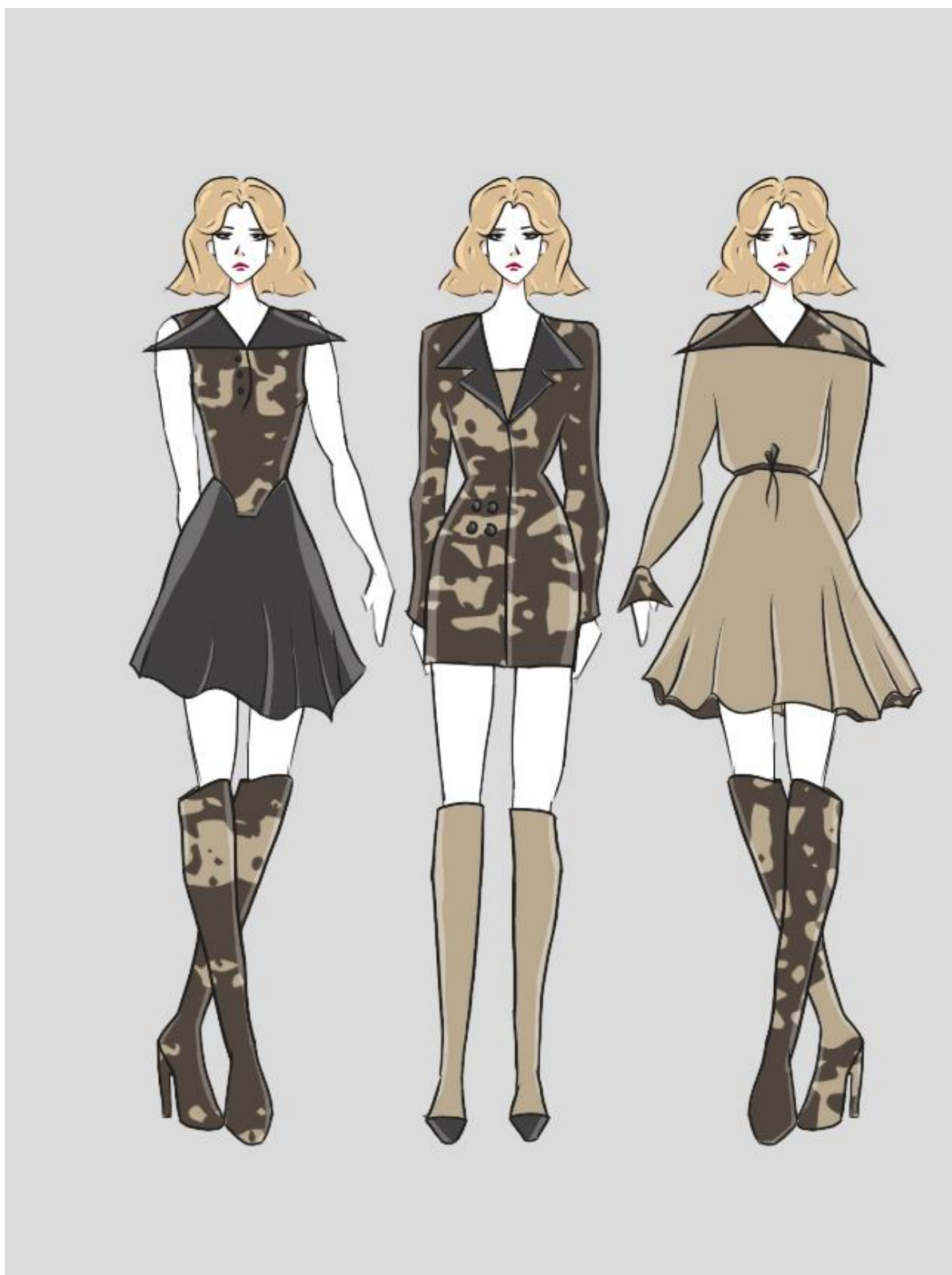


Рис. Б.1. Моделі повсякденного одягу



Рис. Б.2. Моделі повсякденного одягу



Рис. Б.3. Моделі повсякденного одягу



Рис. Б.4. Моделі повсякденного одягу



Рис. Б.5. Моделі вечірнього вбрання



Рис. Б.6. Моделі вечірнього вбрання



Рис. Б.7. Моделі вечірнього вбрання

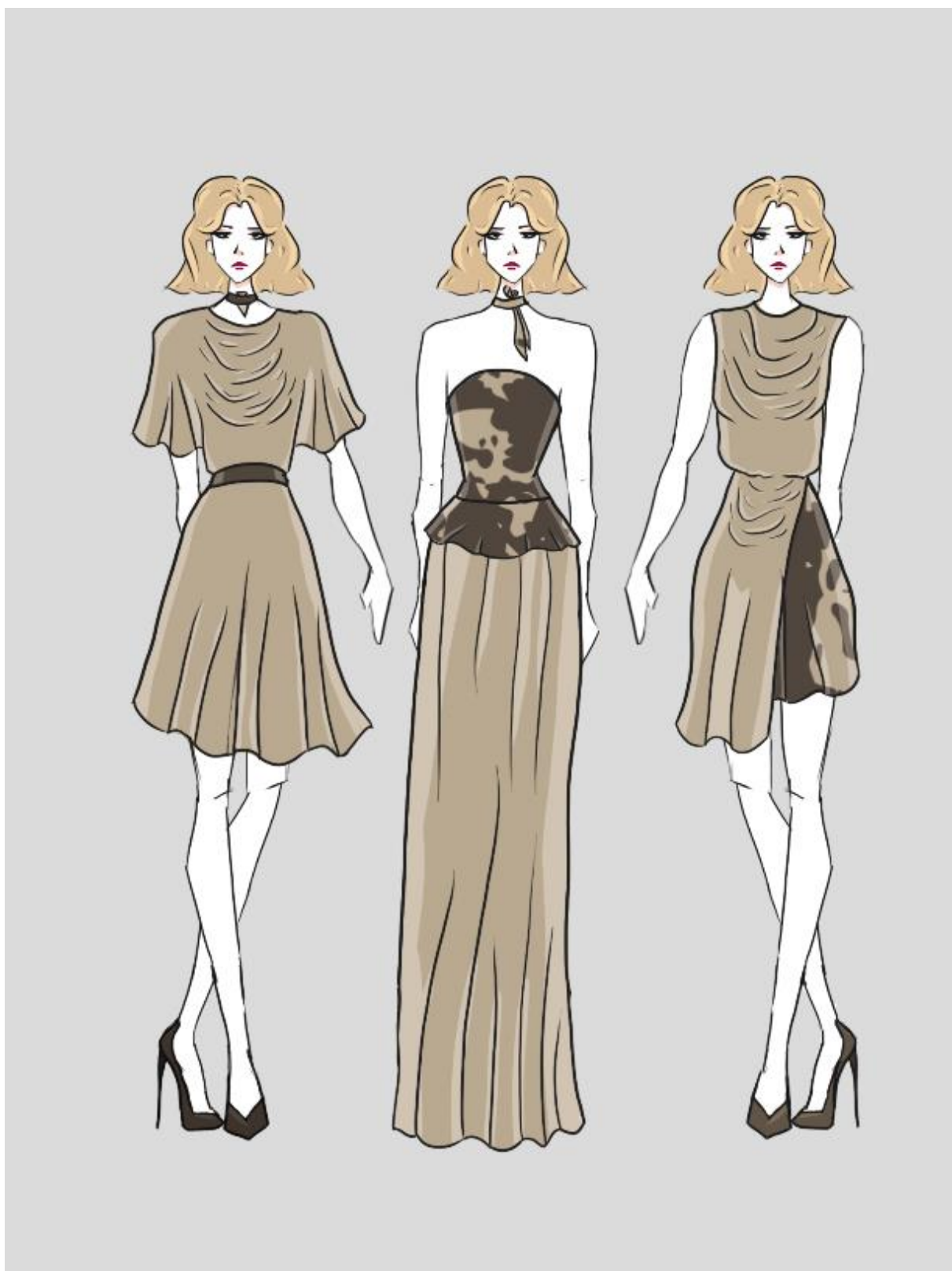


Рис. Б.8. Моделі вечірнього вбрання



Рис. Б.9. Моделі верхнього одягу

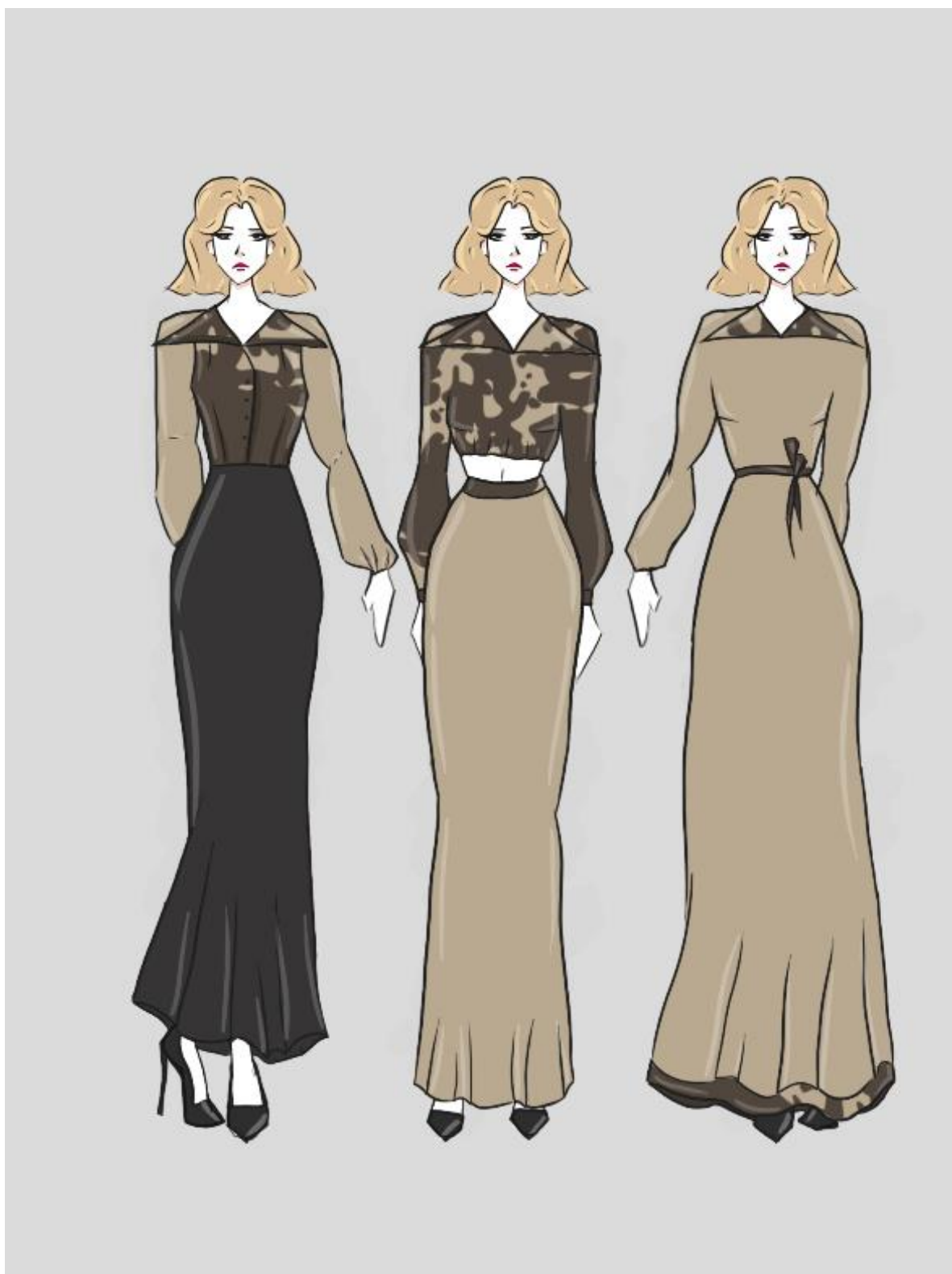


Рис. Б.10. Моделі урочистого одягу



Рис. Б.11. Моделі одягу для спорту та активного відпочинку



Рис. Б.12. Комплекси домашнього одягу зі штанами

Додаток В

Етапи проєктно-конструкторської розробки моделей одягу для виготовлення в матеріалі



Рис.В.1. Участь у конкурсі моделей від САПР Грация (модель автора)



Рис. В.2. Фотографія та візуалізація 3D-примірки моделі 1



Рис. В.3. Фотографія та візуалізація 3D-примірки моделі 1



Рис. В.4. Фотографія та візуалізація 3D-примірки моделі 3



Рис. В.5. Фотографія та візуалізація 3D-примірки моделі 4



Рис. В.6. Технічний рисунок моделі 1
(розмір 88 М, зріст 164, повнота 2)

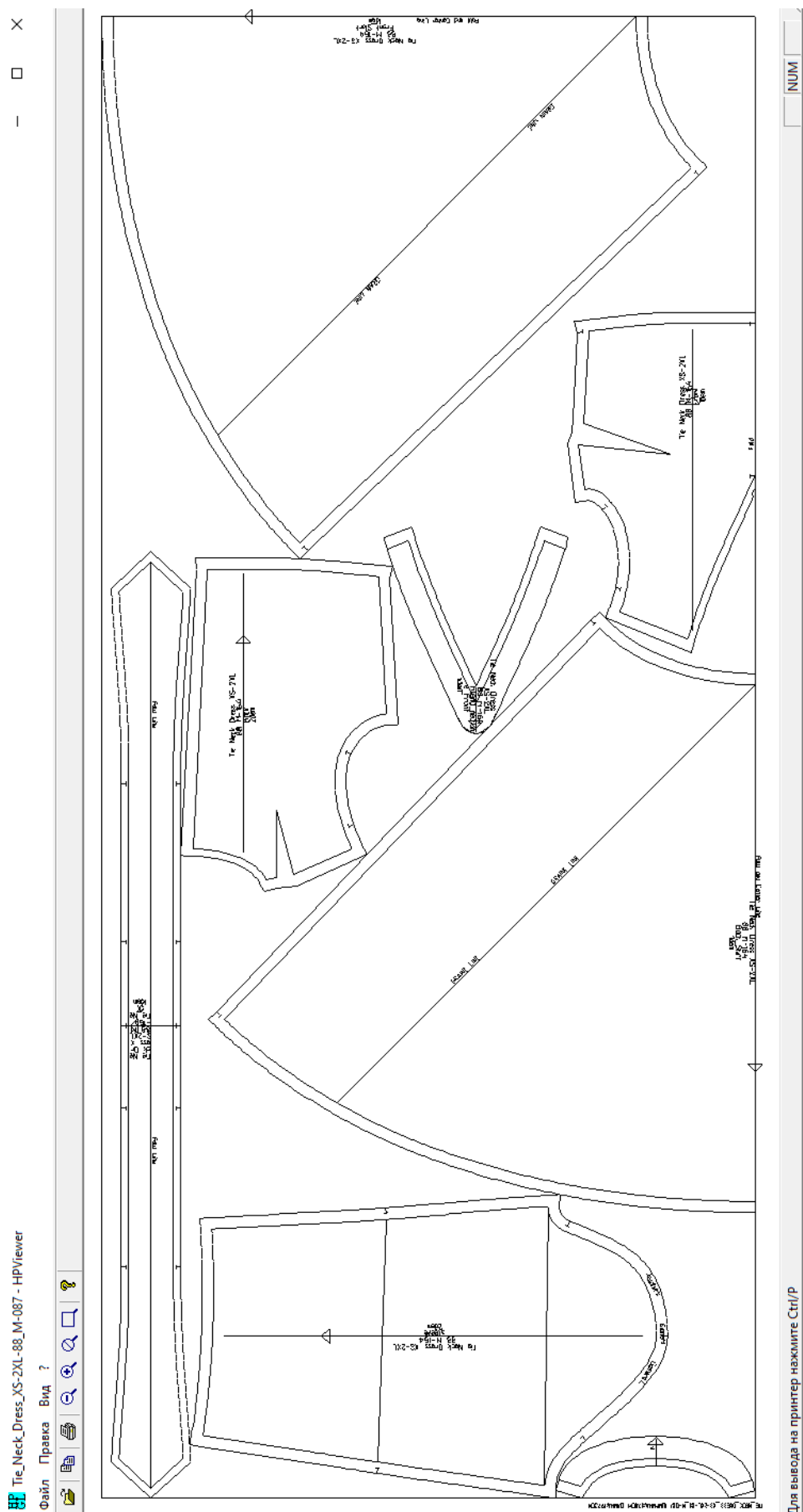


Рис. В.7. Остаточні лекала моделі 1 в САПР Грація

Таблиця В.1

Специфікація лекал моделі

сукні жіночої (базова модель)

Базовий	Розмір	Зріст	Повнота
	88 М	164	2
Мінімальний	Розмір	Зріст	Повнота
	80 XS	164	2
Максимальний	Розмір	Зріст	Повнота
	100 2	164	2
	XL		
ЛЕКАЛА КЛАСА			
N=	назва лекала		Кількість
1	Пілочка		1
2	Спинка		2
3	Рукав		2
4	Стійка горловини		1
5	Юбка_Перед		1
6	Юбка_Спинка		1
7	Обшивка_Перед		1
8	Обшивка_Спинка		1
	Всього лекал	класа	8
	Всього деталей	класа	10

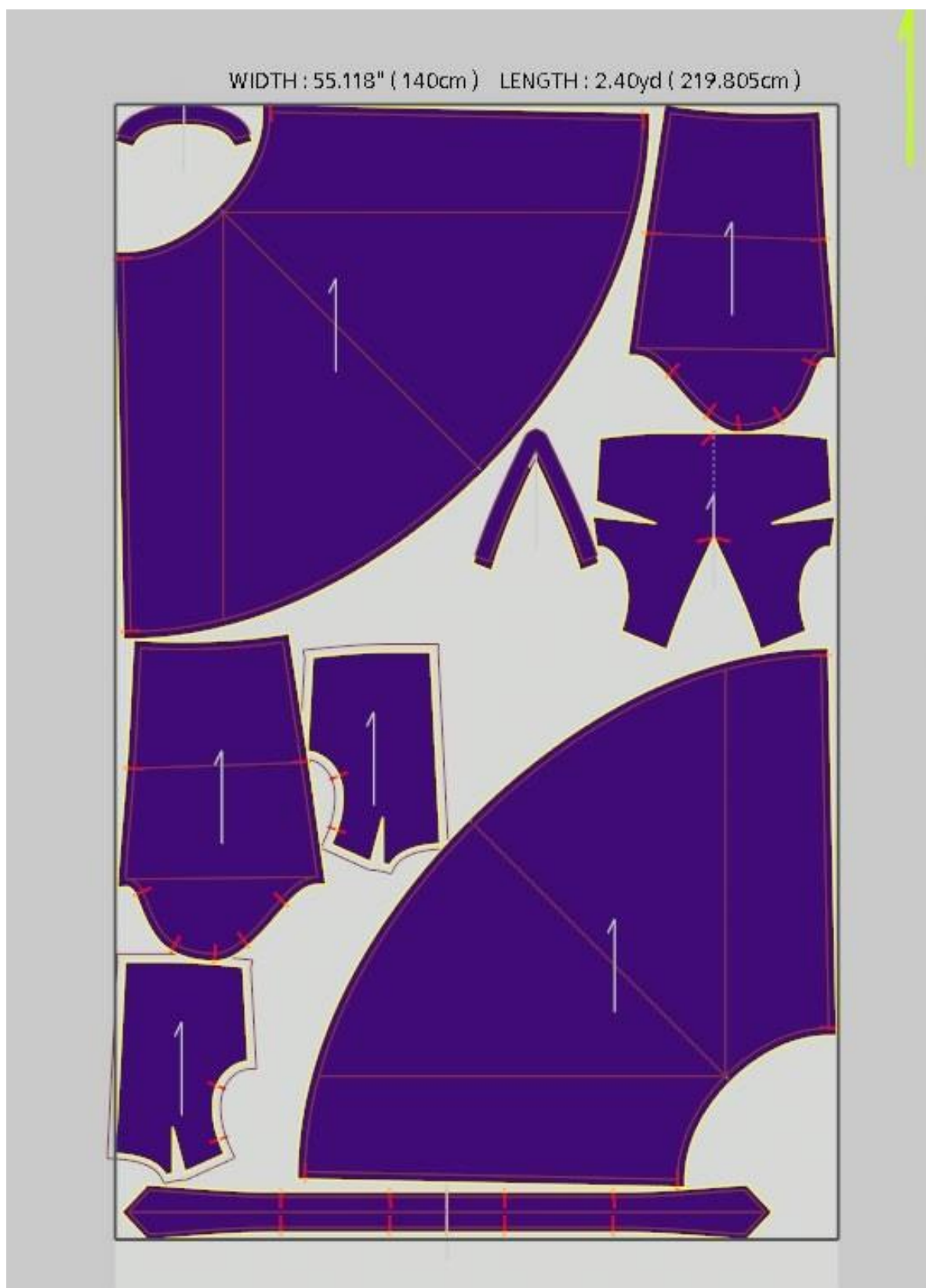


Рис. В.8. Розкладка лекал моделі 1 на тканині (ш. 150 см)

Додаток Г

Апробація результатів проєктування



Рис. Г.1. Сертифікат участі у XXIV Міжнародному конкурсі дизайнерів-модельєрів «Печерські каштани», Київ, КНУТД, 2024



Рис. Г.2. Сертифікат участі у VI Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми сучасного дзайну, Київ, КНУТД, 25.04.2024



VI Міжнародна науково-практична конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ»
Київ, КНУТД, 25 квітня 2024 р.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Спільний процес між модою та мистецтвом може мати багато форм і виразів. Наприклад, багато модних брендів співпрацюють з художниками на створення обмежених колекцій або спільних проєктів. Це дозволяє художникам втілювати свої творчі ідеї на одязі та аксесуарах, а модним брендам – перетворити мистецтво в актуальне вираження стилю. Одним з прикладів такої співпраці є колаборації між відомими художниками і модними брендами, такими як Louis Vuitton, Gucci, Dior та багатьма іншими. Наприклад, художник Я. Кусам співпрацювала з Louis Vuitton над створенням колекції, де її відомі мотиви пунтирного стилю були використані на сумках, в одязі та аксесуарах. Це поєднання мистецтва Я. Кусами з модою дало змогу поєднати її творчість в новому світлі і розширити аудиторію прихильників її творчості [2].

У минулому художники та дизайнери часто співпрацювали, щоб створити нові стильові антрапи та актуальні тенденції в моді та мистецтві. Наприклад, Е. Скіяпеллі спільно з художником С. Далі, розробляли нові ідеї для своїх колекцій [3]. У різні часи художники об'єднувалися з модними брендами, задавали тренди індустрії, а деякі навіть стали іконами стилю. Наприклад, художник Е. Уорхол співпрацював з брендом Levi's, щоб створити нові принти для колекції джинсів цього бренду. Також, художники та дизайнери можуть об'єднуватися з іншими індустріями, включаючи кіно та телебачення. Наприклад, той самий художник, Е. Уорхол створив поп-арт-образ М. Монро, який став популярним у кіноіндустрії [4]. У наші дні дизайнерка Л. Пустовіт співпрацювала з художником П. Маковим, щоб створити нову колекцію, використовуючи графіку художника [5].



Рис. 1. Е. Уорхол.

Портрет М. Монро, 1964 р. [3]



Рис. 2. Е. Скіяпеллі та С. Далі.

вечерня сукня з омаром, 1936 р. [4]

Крім того, мода може бути і самою формою мистецтва. Деякі дизайнери прагнуть створити вражаючі колекції, які перегинають межі між модою та мистецтвом. Вони використовують нестандартні матеріали, неочікувані форми та концепції для створення унікальних витворів. Такі



VI Міжнародна науково-практична конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ»
Київ, КНУТД, 25 квітня 2024 р.

УДК 7.012:687

МОДА ТА МИСТЕЦТВО: КОЛАБОРАЦІЇ У СТВОРЕННІ ПРОЄКТНИХ МОДНИХ ОБРАЗІВ

СЕНЦОВА Аліна¹, СКАСКІВ Олеся¹, ЧУПРИНА Наталія²,
РОЖИН Наталія²

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
²Birmingham City University
alya.sentsova@gmail.com, chouprina@ukr.net, skaskiv26@gmail.com

Розглянуто напрямки співпраці художників і дизайнерських брендів при створенні творів сучасного мистецтва та їх адаптації в дизайні сучасного одягу. Визначено основні етапи розвитку таких колаборацій у XX столітті. Визначено засоби впливу сучасного мистецтва на індустрію моди та створення творів сучасного мистецтва на основі використання модних елементів.

Ключові слова: мода, дизайнерський бренд, сучасне мистецтво, проєктні образи, дизайн одягу.

ВСТУП

Мода та мистецтво завжди мають багато спільного, і їх співпраця відкриває безліч можливостей для творчості та вираження ідей. Ці сфери мистецтва впливають одна на одну, переходячи межі і створюючи унікальні простори для спільної роботи. Художники та дизайнери часто черпають натхнення у мистецтві, щоб створити нові стилі та тенденції. Полотно відомих художників, можуть вплинути на форми, кольори та текстири, використовувани в моді. Наприклад, роботи П. Пікассо, К. Моне, Г. Клімта та інших визначних майстрів мистецтва можуть стати джерелом натхнення для дизайнерів у створенні унікальних принтів, орнаментів та декоративних елементів [1].

З іншого боку, мода також впливає на мистецтво. Сучасні художники можуть черпати натхнення з моди, щоб створити нові мистецькі твори. Наприклад, мода XX-го століття, включаючи авангардне мистецтво та абстракційні рухи, може вплинути на формування нових течій в мистецтві. Такі взаємодії допомагають розширити межі кожної галузі та сприяють появі нових ідей та концепцій.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета роботи полягає у визначенні основних етапів формування та визначенні актуальних напрямів розвитку колаборації у сфері сучасного мистецтва та дизайну актуальних проєктних образів в сучасному модному просторі та індустрії моди.

Рис. Г.3. Тези доповіді у VI Міжнародній науково-практичній конференції
«Актуальні проблеми сучасного дзайну, Київ, КНУТД, 25.04.2024



VI Міжнародна науково-практична конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ»
Київ, КНУТД, 25 квітня 2024 р.

скульптур та впроваджувати їх у свої моделі. Це дозволяє створити унікальні та художньо насичені образи.

Зворотна взаємодія також має місце, коли мода стає об'єктом мистецького твору. Багато художників створюють інсталляції, фотографії або живописні полотна, використовуючи модні елементи як свою основу. Це може бути способом критики модної індустрії, висміювання комерційного підходу до моди або відображення її впливу на суспільство. Крім того, багато модних брендів підтримують мистецькі проекти та спонсорують виставки або презентації художників. Це допомагає просуванню мистецтва та дає художникам можливість реалізувати свої твори. Взаємодія між модою та мистецтвом також проявляється на подіумах модних показів та виставках. Дизайнери часто співпрацюють з художниками, щоб створити вражаючі сценарії, використовуючи елементи імпровізації, відеоарту або перформансу. Це допомагає створити незабутнє враження і підкреслити концепцію модної колекції. Взагалі, взаємодія моди та мистецтва має великий потенціал для творчого розвитку обох галузей. Вона сприяє появі нових ідей, стимулює інновації та сприяє розширенню художнього виразу. Така взаємодія дозволяє моді та мистецтву впливати на культуру та суспільство, створюючи нові тенденції, розширюючи грани вираження та спонукаючи до роздумів.

Однією з актуальних тенденцій є зростання інтерактивності між модою та мистецтвом. Художники та дизайнери створюють спільні проекти, які залучають глядачів та споживачів до активної участі. Це можуть бути виставки, де відвідувачі можуть взаємодіяти з моделями або створювати свої власні модні образи, або колекції, що включають елементи гри або підключення до віртуальної реальності. Це створює новий рівень залученості та особистого досвіду, розширюючи межі традиційної моди та мистецтва [1].

У зв'язку з поширенням цифрових технологій та соціальних медіа, мода та мистецтво знаходять нові способи взаємодії та впливу. Багато дизайнерів та художників використовують платформи соціальних мереж для презентації своїх робіт, взаємодії з аудиторією та поширення своєї творчості. Це дає можливість широкому колу людей долучатися до модних та мистецьких подій, виражати свої думки та сприяти поширенню нових ідей.

ВИСНОВКИ

Співпраця між модою та мистецтвом проявляється, серед іншого, і в індустріальному сегменті. Мистецтво може співпрацювати з різними індустріями, включаючи модний бізнес. Така співпраця може включати створення костюмів для театральних постановок, декорацій для модних показів та аксесуарів, які відповідають мистецьким тенденціям та актуальним трендам. Наприклад, дизайнери можуть співпрацювати з мистецькими колективами для створення унікальних виставок, де мода та мистецтво взаємодіють.

Усі ці взаємодії між модою та мистецтвом підтримують творчий розвиток обох галузей і сприяють появі нових ідей, концепцій та тенденцій. Вони створюють простір для експериментів, інновацій та вираження індивідуальності. Взаємодія між модою та мистецтвом є важливим фактором, який сприяє розвитку культури та суспільства в цілому.



VI Міжнародна науково-практична конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ»
Київ, КНУТД, 25 квітня 2024 р.

колекції можуть стати об'єктами мистецьких виставок та досліджень, демонструючи, як мода може бути носієм творчих ідей та концепцій.



Рис. 3. Фрагмент колекції Л. Пустовіт, створеної у лабораторії з художником П. Маковим, 2010 р. [5]

Також варто згадати, що мода та мистецтво можуть впливати на суспільні процеси і повідомлення. Вони можуть стати засобом виразності, політичного або соціального протесту, символічного виразу та рефлексії. Багато дизайнерів використовують моду як платформу для поширення важливих повідомлень і підтримки різних рухів та ініціатив. Це може бути використання символіки, слоганів або специфічних елементів, які нагадують про певні проблеми або цінності. Наприклад, мода може використовувати символіку фемінізму або рівноправ'я шляхом використання принтів з феміністськими лозунгами чи включенням розбитого скла, що символізує прорив скляного стелю, що обмежує жінок [2]. Це дозволяє моді стати інструментом активізму та підтримки соціальних змін.

Мода та мистецтво також можуть викликати дискусії про культурну ідентичність, народну спадщину та глобалізацію. Вони можуть відтворювати традиційні елементи різних культур або перетворювати їх у сучасні інтерпретації. Це може сприяти збереженню й відродженню культурних цінностей та сприяти взаєморозумінню між різними культурами. За останні роки спостерігається зростання екологічної свідомості в суспільстві, і мода та мистецтво також не залишаються осторонь цього тренду. Багато дизайнерів та художників активно використовують еко-дружні матеріали, перероблені тканини та створюють колекції, що підкреслюють проблеми забруднення навколишнього середовища та сприяють створенню сталої моди. Це підкреслює важливість збереження природних ресурсів та створення більш екологічної індустрії моди. Одна з форм співпраці між модою та мистецтвом – це використання мистецьких робіт як джерела натхнення для модних колекцій. Дизайнери можуть відтворювати мотиви, кольори або форми з картин або

Рис. Г.3. Тези доповіді у VI Міжнародній науково-практичній конференції
«Актуальні проблеми сучасного дизайну, Київ, КНУТД, 25.04.2024



VI Міжнародна науково-практична конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ»
 Київ, КНУТД, 25 квітня 2024 р.

Однак, варто пам'ятати, що мода та мистецтво є самостійними сферами, які мають власні цінності, ідеї та завдання. Вони можуть взаємодіяти, але також можуть існувати незалежно одне від одного. Продовжуючи розмову про взаємодію моди та мистецтва, важливо зазначити, що ці дві сфери мають великий потенціал для співпраці та взаємного впливу. На сьогоднішній день багато дизайнерів моди співпрацюють зі сучасними художниками, щоб створити унікальні колекції, які поєднують естетику моди та мистецтва. Також варто зазначити, що мода та мистецтво можуть спільно спонукати до соціальних змін та акцентування актуальних питань сучасного суспільства. Дизайнери та художники використовують свою творчість для піднесення проблем соціальної справедливості, рівноправ'я, розширення розуміння культурних різниць та інших важливих питань. Це може виявлятися у створенні колекцій, що підтримують різноманітність та інклюзивність, або мистецьких проєктах, що ставлять під сумнів стереотипи та норми.

У підсумку, мода та мистецтво мають потужний вплив на ідентичність та самовираження людей. Вони дозволяють виражати уявлення про себе, свої переконання та стиль через одяг, аксесуари, макіяж та інші елементи. Мода та мистецтво допомагають показати свою індивідуальність та приналежність до певних груп або спільнот. Вони створюють платформу для самовираження, де кожна людина може знайти своє унікальне місце.

ЛІТЕРАТУРА

1. Wilcox C., Mendes V.D., 20th-Century Fashion in Detail. London: Thames & Hudson, 2018. 224 p.
2. Palmer A. A Cultural History of Dress and Fashion In the Modern Age. London: Bloomsbury Academic, 2018. 288 p.
3. XX століття: історія сукні та не тільки URL: <mailto:https://etnoxata.com.ua/statti/moda-ta-stil/hh-stolittja-istorija-sukni-ta-ne-tilki/>.
4. Енді Уорхол – геній поп-арту та сучасного мистецтва URL: <mailto:https://struchaieva.art/uk/blog/endi-uorhol-genij-pop-arta>.
5. Сальвадор Далі – майстер самопіару, якому підкорилась висока мода URL: <mailto:https://gallery101.com.ua/dali-and-fashion/>.
6. Гарна мода – теж високе мистецтво. URL: <mailto:https://day.kyiv.ua/article/taym-aut/harna-moda-tse-tezh-vysoke-mystetstvo>.

SENCOVA A., SKASKIV O., CHUPRINA N., ROZHIN N.

TITLE FASHION AND ART: COLLABORATION IN CREATING FASHION IMAGES

The areas of cooperation between artists and design brands in creating works of modern art and their adaptation in modern fashion design are considered. The main stages of the development of such collaborations in the 20th century have been determined. The means of influence of modern art on the fashion industry and the creation of works of modern art based on the use of fashion elements are determined.

Key words: fashion, design brand, modern art, project images, fashion design.

Рис. Г.3. Тези доповіді у VI Міжнародній науково-практичній конференції
 «Актуальні проблеми сучасного дзайну, Київ, КНУТД, 25.04.2024