

*Черевач Вікторія Вікторівна
аспірантка,
Київський національний університет культури і мистецтв*

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ДІЛОВОГО СТИЛЮ ОДЯГУ В УКРАЇНІ

Статтю присвячено еволюції чоловічого ділового костюма в Україні. Визначено основні періоди розвитку чоловічого ділового одягу, розкрито основні тенденції у моді певних етапів розвитку. Зроблено висновок щодо залежності розвитку ділового костюма від економічних, політичних, культурних факторів.

Ключові слова: мода, діловий костюм, культура, етикет.

Статья посвящена эволюции мужского делового костюма в Украине. Определены основные периоды развития мужской деловой одежды, раскрыты основные тенденции в моде определенных этапов развития. Сделан вывод о зависимости развития делового костюма от экономических, политических, культурных факторов.

Ключевые слова: мода, деловой костюм, культура, этикет.

The article is devoted to the evolution of men's business suit in Ukraine. The main periods of men's business clothing were determined and basic tendencies in fashion at certain steps of development were considered. It is concluded that developing a business suit depends on economic, political and cultural factors.

Key words: fashion, business suit, culture, etiquette.

Ділова мода є складним соціокультурним та естетичним феноменом із розгалуженою мультисемантичною структурою, яка не тільки перебуває в постійній комунікативній взаємодії з об'єктами всередині власної системи, але й потрапляє під безпосередній вплив зовнішніх економічних, політичних, соціальних і культурних факторів. Інтегративний характер ділової моди, який впливає на процеси формоутворення як у соціокультурному (соціально-демографічному, морально-психологічному), так й в естетичному (художньо-образному, стилетворчому) аспектах, є важливою проблемою для дослідження.

Враховуючи те, що діловий костюм є одним з чи не найважливіших елементів іміджу людини та показником її соціальної ролі у суспільстві, актуальним є дослідження процесу формування ділового чоловічого костюма у діахронічному розрізі.

Актуальність дослідження обумовлена необхідністю виявлення чинників і механізмів економічної, політичної та соціокультурної сфер, що впливають на зміну форми ділового одягу, появу й актуалізацію нових ділових стилів, тенденцій протягом останніх років у контексті полісемантичного культурного феномену, яким є мода; нерозробленістю питання історії ділового чоловічого костюма в Україні.

Філософсько-культурологічне дослідження феномену чоловічого ділового костюма в Україні може бути досить плідним, оскільки воно дає можливість зрозуміти

взаємозв'язок між національним світосприйманням і буттям української моди. Проблема самобутності української моди в єдності культурологічно-філософського та художньо-естетичного підходів неможлива без опрацювання широкого кола робіт дослідників.

Значний внесок у вивчення соціальних проблем походження й розвитку костюма внесли європейські дослідники Г. Тард [11] і Г. Спенсер [13]. Вони вважали моду основним різновидом наслідування. Німецький філософ і соціолог Г. Зіммель пов'язував її механізм із необхідністю задоволення двоїстої потреби людини: «відрізнитися від інших і бути схожим на інших» [4, с. 325], затверджуючи при цьому класовий характер моди.

Найбільш значною спробою концептуального соціологічного аналізу моди у ХХ ст. є праці американського соціолога Г. Блумера, який розглядав моду як засіб впровадження нових соціальних форм. У цьому зв'язку можна відзначити й статті з семіотики костюма французького дослідника Р. Барта [2], який у праці «Система моди» вводить поняття «образ-одяг» й «образ-опис», тим самим адресуючи нас до одягу із характерною технологією, матерією й трансформацією, де вплив економічного фактора очевидний.

Німецький соціолог, історик і філософ В. Зомбарт у своїх дослідженнях розглядає моду як чинник у практиці розвитку капіталістичної системи господарства, як явище, породжене капіталізмом, що слугує інтересам приватного підприємництва й стимулює формування штучних потреб у суспільстві.

Особливий інтерес для даної проблематики представляє монографія М. М. Мерцалової «Костюм усіх часів і народів», що є першою фундаментальною працею у пострадянському мистецтвознавстві, де здійснено всебічне вивчення історії європейського чоловічого й жіночого костюма. Автор наочно демонструє ретроспективу розвитку європейського костюма, зміну його художнього образу, силуету й композиційного рішення. Це дослідження, безсумнівно, є базовим для постановки нових проблем, рішення яких здатне розкрити зв'язок економічного чинника й практики чоловічої ділової моди.

В Україні інтерес до історії європейської моди стає актуальним в останні десятиліття ХХ ст. Дослідження моди в цей період відбувалося у різних контекстах: культурному, політичному, економічному, семіотичному, психологічному, комплексному. Це, насамперед, розвідки Ю. Палехи, та А. Лавренко [11], Г. Почепцова [12] (іміджотворчий аспект), Є. Плаксіної, Н. Дмитрієвої (розглядають костюм як ідею, образ, знак смислу), О. Зубарева, А. Кікоть (гендерний і функціональний аспекти), М. Білана [3], А. Троян і А. Макаріної [16] (історико-культурний аспект).

Проте, нині в Україні немає окремої праці, присвяченої дослідженню ділового костюма. У підручниках і посібниках з історії костюма цей аспект розглядається лише у загальному контексті. Здебільшого цій проблемі присвячено окремі розділи або ж підрозділи у підручниках і довідниках з ділового етикету, протоколу та підручників з іміджеології. Але у них мова йде тільки про сучасний історичний етап. Якщо історичний аспект й згадується, то доволі спорадично.

Потребують наукової розробки стильові й структурні зміни форми одягу крізь призму основних історичних тенденцій української культури, включаючи масову культуру

сьогодення, історико-філософську парадигму й допостмодерне мистецтво: еkleктизм, часткове повернення до традицій. Актуальним є акцент на комунікативну роль одягу, зближення або навіть повне заперечення специфіки елітарного і масового, маргинальність.

Саме тому статтю присвячено етапам формування ділового чоловічого костюма в Україні, які (на наш погляд) будуються на опозиції «власне» – «запозичене».

Метою статті є виявлення причин і принципів формоутворення в моді в контексті економічних, політичних, соціальних, естетичних процесів в Україні протягом XVII – поч. XXI ст.

Межовий характер української культури у цілому визначив амбівалентність і багаторівневе існування ділової чоловічої моди в українському соціумі. На метафізичному рівні суперечливість моди проявлялася або у повному запереченні «власного», або у надмірному обожнюванні «запозиченого» і навпаки. На онтологічному – у різному сприйнятті «власного» й «запозиченого»: або як сьогодення, справжнє, або як ілюзорне, недійсне. На рівні культурно-локальної визначеності суперечливість «власного» й «запозиченого» в українській діловій моді була зумовлена географічним розташуванням України в просторі між Сходом і Заходом. У результаті в українській моді можна було завжди побачити риси західної й східної моди, хоча ні тією, ні іншою вона, по суті, не була [3].

У різні культурно-історичні періоди чоловіча ділова мода в Україні, постійно залишаючи недавнє власне минуле, забезпечувала підготовку для свого найближчого майбутнього, сприяючи формуванню історичної спадкоємності. Моду, таким чином, можна розглядати як засіб формування культурних і соціальних меж, що створюють передумови для злиття або розмежування ознак «свого» й «чужого».

Для обґрунтування вкорінення ділової чоловічої моди у вітчизняній культурі слід розпочати із періоду зародження моди в Російській імперії (XVII ст.), розвитку у її сучасному розумінні (XVIII–XIX ст.), розквіту на поч. XX ст., консервації у Радянському Союзі, демократизації та європеїзації у часи розбудови незалежності й до її функціонування у сучасну епоху розквіту національних традицій.

У допетровську епоху на Русі склався певний набір ознак, що відрізняють «чужих» від «своїх». Серед таких ознак можна відзначити одяг. Українська мода сформувалася у результаті запозичення «чужого», поступового перетвореного на «власне». У XVII ст. українцям практично з нуля довелося засвоювати заново мистецтво носіння ділового одягу.

Реформи Петра I спричинили суттєві зміни у складі чоловічого костюма: орієнтація на західноєвропейський стиль одягу спричинила поступове нівелювання національних рис (аж до повного їх зникнення).

Наприкінці XVIII – поч. XIX ст. стиль одягу найзаможніших верств населення будувався за французькою манерою. «У Російській імперії, як і в усій Європі, після тривалого панування стилю бароко дістав поширення класицизм, після нього – романтизм, а на рубежі XIX–XX ст. – модерн. Риси західноєвропейської культури в різних регіонах імперії набували своєрідного національного забарвлення і проникали навіть у селянський побут» [12].

Так, у костюмі української знаті основними елементами були: вишита сріблом, золотом або шовком сорочка з тонкого полотна, близька за кроєм до народної, широкі суконні, шовкові або оксамитові шаровари яскравих кольорів, дорогий жупан, який підперізувався золототканим перським або «слуцьким» поясом. Під час урочистих церемоній зверху одягалася шуба чи ферезея, прикрашена коштовною запоною. Парчові шуби підбивалися цінним хутром, оздоблювалися горностаєм, золотим шнуром, галуном, коштовним камінням. На ноги взували кольорові сап'янові чоботи. Шапки були переважно оксамитові, оздоблені хутром соболя, рисі або лисиці. Їх прикрашали коштовностями, страусячим пір'ям [3].

«Мода XIX ст. розвивалася під впливом швидкого зростання промисловості, багаточисельних змін напрямків в мистецтві, конкретної боротьби галузей виробництва і конкуренції в торгівлі. Текстильна промисловість заповнила міжнародний ринок найрізноманітнішими тканинами, розрахованими на будь-який смак. Мода XIX ст. була особливо винахідливою в області оздоблення костюма (тасьма, бахрама, галуни, бісер, гудзики, металеві прикраси, штучні квіти, мережива, шалі, хустки і т. д.). У чоловічому костюмі особливу увагу приділяли крою і майстерності виконання. Важливу роль у костюмі відігравала композиційно-конструктивна досконалість (пропорції, система виточок, прасувальна обробка), яка досягалася за рахунок технічних, швацьких прийомів.

З поч. XIX ст. зміни у костюмі обумовлюються появою великої кількості модних журналів. «Кожен з них намагався створити щось нове, завдяки чому постійно змінювався характер тієї чи іншої частини костюма, залишаючи його загальний вигляд майже без змін. Те, для чого раніше не вистачало десятиліть, стало змінюватися майже посезонно, за порами року. Для того щоб перерахувати всі зміни, що стосуються чоловічого костюма, довелося б у хронологічному порядку переглянути всі модні журнали, що з'явилися за цей час» [12].

У епоху бідмейера чоловіча ділова мода стає ще більш стриманою. До стандартного фрака додаються довгі штани, циліндр, кольоровий шовковий або оксамитовий жилет і краватка. Обов'язковим атрибутом одягу стає пальто, яке шиється по фігурі. Кольорова гама – помірковано яскрава, навіть темна. Наприкінці цього періоду комір сорочки набуває сучасної форми.

Для періоду романтизму у чоловічому костюму характерна чорна вільно зав'язана краватка. Новим модним головним убором стає м'який фетровий капелюх. Проте циліндр як класичний головний убір залишається у моді, змінюючи тільки свою висоту. На ногах носили черевики і високі чоботи; новинкою є перка – гладкі черевики без шнурків. Знову у великій моді сюртуки [12].

Протягом др. пол. XIX ст. чоловічий діловий костюм лише поповнюється новими рисами. Костюми тепер розподілені за призначенням: візитний, бальний, щоденний (який нині фактично став робочим), домашній. Крім відомих мундирів, робочим одягом стали тепер піджаки та жакети, які у 70–80-х рр. XX ст. оброблялися по бортах чорною тасьмою. Сюртук одягали в звичайний час, а фрак став святковим одягом. Інколи фрак доповнювався коротким «фрачним» плащем чорного кольору на білій шовковій підкладці. Новим типом костюма стала візитка, яка мала прямий крій і звичайно закруглені спереду поли, і брюки в смужку. До чорної візитки одягали чорні брюки в

сіру смужку, або сірі брюки в чорну смужку. Такий костюм зазвичай використовувався для ділових візитів і невеличких свят. Як святковий діловий одяг до моди входить смокінг.

Усвідомлюваність Україною на рубежі століть своєї приналежності до світової культури призвела до розвитку специфічних відносин усередині опозиції «власне-запозичене» в українській культурі й моді поч. ХХ ст. Українська мода цього періоду, не втрачаючи своєї національної самобутності, усе більше набувала загальноєвропейських рис. «Власне» в українській моді розкрило колосальний потенціал національних ресурсів виразності, що виявилось у відродженні традицій народного костюма (крій, колірна гама, декор), у «народному» маскарадї [3].

Українська мода цього періоду, сформована на стику синтезу мистецтв, епох, естетичних і художніх шкіл, досягла розквіту у своєму розвитку. Засвоєння «чужого» у попередні періоди підготувало ґрунт до створення унікального «свого» в українській моді, завдяки чому вона стала зразком для наслідування у світовому співтоваристві, перетворившись з національного у феномен «всесвітнього» масштабу [3].

Чоловічий діловий одяг у період модерну майже не змінився в порівнянні з кінцем минулого століття. Костюми 1890–1900-х рр. характеризуються відсутністю «стрілок» на брюках, які мають покривати верх взуття, шляпами-циліндрами, галстуком-метеликом. Єдине, що їх відрізняє на поч. ХХ ст. – одяг стає значно вужчим, підкреслює контури фігури, візуально видовжує її, завдяки високим накрохмаленим комірам [12].

Суттєвих змін чоловіча мода зазнала тільки після Першої світової війни, коли мало збереглося від довоєнного етикету. Декотрі предмети одягу залишилися лише для певних професій і для святкових випадків. Візитка тепер застосовується як елемент святкового костюма, що складався із піджака, жилета і брюк у смужку. Фрак зберігся лише для найурочистіших випадків, й значно поступився смокінгу.

Про феномен української радянської моди важко говорити як про цілісне явище. Складно міркувати про нього як про явище, яке еволюціонує. Протиріч, зламів і розривів, коли мода, здавалося б, зникла зовсім, чи народжувалася знову в історії радянської моди було досить. Незважаючи на це, радянська мода була таким же складним феноменом, як і мода інших країн [10].

Специфіка української моди цього періоду полягає в тому, що «власне-запозичене» в українській моді радянської епохи здійснювалося у просторі ідеології й політики. Костюм стає частиною політики конструювання нації, одним із «символів» її формування. За допомогою одягу експлуатувався ряд архетипних понять, пов'язаних із сакральним образом всемогутнього вождя, а також народних традицій, які набувають тенденційного сенсу. Народне, споконвічне пропагується як еталон смаку в одязі, у результаті поступово відбувається деформація «власного» в українській моді. Одночасно відбувається регламентація «запозиченого» [10].

Створюваний «пролетарський стиль» в одязі слугує своєрідним ідеологічним імперативом, засобом того, щоб, по-перше, відокремити радянську дійсність від західної, по-друге, відрізнити «радянську людину» від класового ворога. Межа між індивідуальним і колективним починає зникати. Але «чуже», незважаючи на ідеологічні перешкоди, потрапляє до царини ділової моди й відіграє далеко не останню роль у формуванні наступних модних ідеалів соціалістичної епохи.

Починаючи з 1970-х рр., спостерігалось поступове руйнування форми одягу за допомогою відсікання декоративних елементів і додання їй лаконічного й універсального характеру. Стиль мінімалізм розвивав цю тенденцію у бік підвищення функціональності одягу й кожного її елементу окремо.

Уже в 1990-і рр., завдяки новим матеріалам, стало можливим зменшити ступінь важливості зовнішньої форми за рахунок надання їй «інтелектуальних» функцій реагування на стан людського тіла. Таким чином, якщо в 1970-і рр. дизайнери прагнули до руйнування форми й зниження рівня її семантики, то до кінця століття завдяки загальному деконструктивістському підходу, форма одягу стала максимально лаконічною, а її семантичне, функціональне наповнення стало найбільш важливою характеристикою [7].

У 1990-ті рр. відбувався подальший розвиток деконструктивістського підходу при формоутворенні одягу. Спочатку він виявився у продовженні використання асиметричного крою, а також навмисному виділенні структурних елементів, наприклад, швів. Однак послідовне руйнування фактично було підставою для повного руйнування традиційних цінностей, правил і норм; відсутність яких зумовило появу стилю «гранж», відбиток якого відчувався й у діловому костюмі [7].

У 1990-ті рр. одяг і людина стають фактично єдиним об'єктом. При цьому як одяг, так і сама людина, впливають одне на одного. З одного боку, на форму одягу може впливати як дизайнер, так і споживач, а з іншого боку одяг (у тому числі й діловий) стає мультиформатним явищем з нечіткою структурою й багатозначним семантичним потенціалом. Деструкція соціуму і його інститутів була спрямована на руйнування традиційних цінностей і присвоєння їм статусів «низької» культури: щоденності й уседозволеності [5].

Нині практика ділового чоловічого одягу позначена поступовою відмовою від принципу «ансамблю» у бік вільної комплектації окремих предметів, що входять у чоловічий діловий костюм. Так, зокрема, з часів Революції Гідності в українській чоловічий діловий одяг повертається національний тренд – вишиванка – у комбінації із класичним чоловічим костюмом.

Взагалі як специфічні властивості сучасного чоловічого ділового костюма можна виділити такі:

- органічне поєднання матеріалу, складності кроєння й функціональності;
- сполучення мужності, практичності й класики;
- відмова від декоративності, відсутність зайвих деталей, максимальна раціональність і стриманість;
- елегантність форми й чітко вивірених пропорцій за рахунок вишуканого крою і якості пластичного матеріалу (вовна);
- комфортність, демократизм, можливість гнучкого використання варіантів: «троїстості» (піджак, жилет, штани) або «подвійності» (піджак, штани);
- домінування чорного, сірого або темного й середнього відтінків нейтральних квітів (як суміші додаткових), як правило, у гладких структурах тканин або з невираженим геометричним малюнком (наприклад, смужка).

У класичному діловому костюмі досягнута зорова впорядкованість, симетрія і

єдиний центр. Взаємодія вертикальних, горизонтальних і діагональних елементів досягає найвищої врівноваженості (лінія й ширина плечей, напрямок і висота лацканів, співвідношення довжини рукава з довжиною піджака й штанів і т. д.). Кроєння нівелює індивідуальність фігури, перетворюючи її недоліки на достоїнства. Стилізація чоловічої фігури досягається шляхом створення завершеної композиції, збудованої у нових пропорціях, завдяки чому одяг стає добутком «пластичного мистецтва, спорідненого зі скульптурою» [6, с. 59]. Усе у цілому (силует, форма, пропорції, співвідношення елементів і кольори) становить поняття «стиль».

При цьому, нині чоловіча ділова мода позначає класичний чоловічий костюм як «комплекс» з домінантою «троїстості» чоловічого костюма, а у якості четвертої складової визначається верхній одяг (пальто, кожух тощо).

Аналіз форм історичної еволюції українського чоловічого костюма показав, що нині у якості основної виступає пряма форма, яка витиснула всі інші та стала характерною для тих видів одягу, які увійшли в систему «чоловічої трійки» (піджак, жилет, штани). Розподіл трапецевидної та овальної форм історично був характерним тільки для верхнього одягу (плащ, пальто тощо), які є доповненнями до ділового чоловічого костюма [11].

Етапи розвитку чоловічого ділового костюма в Україні як соціокультурного та естетичного феномену детермінуються у моді різними чинниками. При цьому всі ці чинники є зовнішніми: процеси трансформації одягу залежать від змін в економічній, політичній і соціокультурній сферах, хоча, зрозуміло, що й дизайнерські ідеї втілюються повною мірою.

Еволюція класичного стилю в Україні відбувається за декількома напрямками: нові матеріали, можливість комбінування окремих предметів костюма з одягом іншого стилю (наприклад, піджак із джинсами), а також простежувана ще на поч. ХХ ст. тенденція до зміни тендерної приналежності, що й становить перспективу подальшого дослідження.

Література:

1. Барт Р. *Избранные работы: Семиотика. Поэтика* / Р. Барт ; пер. с фр. Зенкина С. ; сост. Г. К. Косикова. – Москва : Прогресс, 1994. – 615 с.
2. Барт Р. *Система моды. Статьи по семиотике культуры* / Р. Барт ; пер. с фр., вступ. ст. и сост. Зенкина С. Н. – Москва : Изд. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
3. Білан М. С. *Український стрій* / М. С. Білан, Г. Г. Стельмащук; Ін-т народознавства НАН України. – Львів : Фенікс, 2000. – 328 с.
4. Зиммель Г. *Избранное: в 2-х т.* / Г. Зиммель ; пер. гл. ред. и авт. проекта С. Я Левит. – Т. 2 : *Созерцание жизни*; Редкол. : Л. Т. Мильская и др. – Москва : Юристъ, 1996. – 607 с.
5. Кривошеїн В. В. *Іміджологема: поняття, структура* // Вісн. Дніпропетровськ. ун-ту. Соціологія. Філософія. Політологія. – Вип. 8. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2002. – С. 188–192.
6. *Культурологія. Енциклопедія.* – Т. 1, 2. – Москва : РОССПЭН, 2007.
7. Лавренко О. В. *Діловий етикет та імідж державного службовця* / О. В. Лавренко, А. А. Лавренко. – Київ : КМЦППК, 2008. – 65 с.
8. Михалева К. *Система моды* / К. Михалева. – Москва : Российская политическая энциклопедия, 2010. – 142 с.
9. Нагорских Т. Н. *Модная внешность и ценностные ориентации личности* / Т. Н. Нагорских // *Гуманитарные и социально-экономические науки.* – Ростов-на-Дону, 2005. – № 3. – С. 58–60.
10. Нанн Дж. *История костюма: 1200–2000* / Дж. Нанн. – Москва : АСТ, Астрель, 2003. – 343 с.
11. Палеха Ю. І.

Етика ділових відносин / Ю. І. Палеха. – Київ : Кондор, 2008. – 356 с. **12.** Почепцов Г. Г. *Профессия: имиджмейкер* / Г. Г. Почепцов. – 2-е изд., испр. и доп. – Київ : ИСО МО Украины, НВФ «Студцентр», 1998. – 256 с. **13.** Спенсер Г. *Опыты научные, политические и философские* / Г. Спенсер. – Минск : Современный литератор, 1998. – 1407 с. **14.** Стриженова Т. К. *Из истории советского костюма* / Т. К. Стриженова. – Москва : Советский художник, 1972. – 112 с. **15.** Тард Г. *Законы подражания* / Г. Тард ; пер с фр. Ф Павленкова. – Санкт-Петербург, 1892. – 370 с. **16.** Троян А. М. *Історія і композиція костюму* [Електронний ресурс] / А. Троян, А. Макаріна. – ХНУ. – Режим доступу: http://dn.tup.km.ua/dn/k_default.aspx?lng=1&MF=5812403837806Z23835A7491S461841D328D78628192325D131926827595&T=intro&st=000&L=1