

МЕТОД ОПТИМІЗАЦІЇ ТИПОКОМПЛЕКТУ СТИЛЮ «FAMILY LOOK» ЗАСОБАМИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ГАРМОНІЇ

Сформовано номенклатуру принципів ідентифікації образності моделей Family look. Розглянуто застосування принципу ансамблевості капсули типоконфлекту в соціальній функції одягу Family look на засадах ієрархії структури рівнів проектування. Розроблена верифікаційна база даних визначення гармонійності типоконфлекту. Розроблено типологічний ряд варіантів поєднання асортиментних одиниць в статеві-вікових групах членів сім'ї. Дзеркальне відображення принципу «унісекс» досліджено методом нерівномірного масштабування площ предметів типоконфлекту в сітці габаритів виробу за коефіцієнтом пропорційності в статеві-вікових групах. Параметри пропорційних відношень площ асортиментних одиниць не суперечать пропорціям контрольних вимірів габаритів конструкції.

Ключові слова: Family look, ансамблевість типоконфлекту, типологічний ряд, коефіцієнт пропорційності, ідентифікація гармонії.

A. L. SLAVINSKA, O. P. SYROTENKO

Khmelnytskyi National University

METHOD OF OPTIMIZATION OF TYPE-SET IN STYLE "FAMILY LOOK" BY MEANS OF IDENTIFICATION OF HARMONY

The relevance of the distribution of clothing, designed in the style of Family look, is the result of the social demand for expressing family values by the consumers. Updating this style requires the introduction of new types of combinations of the system of artistic images and the development of an assortment concept of creating a capsule wardrobe.

The problem of style modernization eliminates such classification features as gender, age, range. The image level of motivation in choosing the range of Family look style is based on the principle of "unisex", which is due to the condition of the ensemble of the standard items set. The capsule approach to novelty of a family wardrobe provides stylistic balance of subject combinations due to the optimization of qualitative characteristics of a typical set in the Family look style.

On the basis of normative definitions of components of family wardrobe the nomenclature of principles of identification of imagery of Family look models is formed. The application of the principle of ensemble of a capsule of a standard set in social function of clothes of Family look on the bases of hierarchy of structure of designing levels is considered: object, gender and age signs, social group, application of subjects. A typological series of options for combining assortment units in the gender and age groups of family members has been developed. The mirror image of the "unisex" principle has been studied by the method of uneven scaling of the areas of standard kits in the grid of product dimensions by the coefficient of proportionality in gender and age groups. A verification database for determining the harmony of the standard set has been developed, which differentiates the information for the scaling procedure: the appearance of the model, assortment units (top, bottom), models' area, the coefficient of proportionality. The identification methods of the harmony of the typographic set have been offered: rhythm metrics, dimensional copying of the mirror image, stylistic harmony of subject combinations. Quantitative parameters of proportional ratios of areas of assortment units do not contradict the proportions of control measurements of design dimensions. The proposed technique can be recommended as a basic one in the development of a capsule wardrobe and in determining the items harmony.

Key words: Family look, ensemble of standard set, typological series, coefficient of proportionality, identification of harmony.

Постановка проблеми

Соціальний статус поведінки сучасного споживача одягу впливає на систематизований відбір предметів гардеробу не лише за функцією призначення, але й за ознаками модернізації стилю. Вулично-святковий аспект стилю Family look містить значну кількість варіацій в поєднанні виробів, нівелюючи такі класифікаційні ознаки як стать, вік, асортимент, залишаючи соціальні замовлення на принципово нові комбінації системи образів [1]. Авторську інспірацію сімейних цінностей підтверджують дослідження конкурентних переваг у іміджному рівні мотивацій у виборі асортименту [2, 3]. Однак структура асортименту не характеризує окремих видів без врахування функціонально взаємопов'язаних предметів одягу в такій соціальній групі, як сім'я. Це ускладнює застосування принципу терміну «раціональний гардероб» у розробці асортиментної концепції стилю «Family look». Актуальність асортиментної концепції типоконфлекту «Family look» базується на однаковому функціональному призначенні предметів в статеві-вікових групах за принципом «унісекс». Чітко визначені умови ансамблевості в окресленні сім'ї дозволяють верифікувати кількісні параметри гармонії в предметних сполученнях.

Аналіз останніх джерел

Аналітичне дослідження застосування прийому «точнісінько» в суббренді Family look підтверджує іміджний рівень однорідності предметів комплекту [4]. На етапі відбору моделей з інтернет-ресурсів оцінюється збіг конструктивного і композиційного рішення форми моделей [5].

Теоретичне обґрунтування колірної гармонії в стильовій ідентичності забезпечують закони композиції: домінанта, цілісність, рівновага, типізація, контраст [6]. Використання графічного редактора векторної графіки Хага в структурній ієрархії якісних характеристик одягу дозволяє застосувати фотограмметричний метод оцінки зовнішньої форми тіла споживача [7]. Дизайн-програма типоконфлекту як промислової серії

розглянута в [8]. Концепція ансамблевості готових виробів базується на однорідності матеріалів, конструкції, технології. Однак методи контролю ідентичності асортименту в статево-вікових категоріях обмеження за ознаками універсального образу сім'ї не проаналізовані. Отже, схема капсульного формування гардеробу на основі концептуальної моделі новизни асортименту створює передумови стійкого споживчого попиту шляхом стильової рівноваги предметних сполучень.

Метою роботи є оптимізація якісних характеристик типоконлекту одягу в стилі Family look на основі гармонізації типологічних рядів асортиментних одиниць за принципом «унісекс».

Виклад основного матеріалу

В основу вибору художніх рішень моделей в стилі Family look закладено нормативне визначення предметів дослідження [9].

Гардероб – це комплекс функціонально взаємопов'язаних предметів одягу, які служать для задоволення певних потреб конкретної людини в конкретний проміжок часу. В реальних умовах людина сама формує гардероб для себе або для членів своєї сім'ї, виходячи із власних уподобань щодо образу та з урахуванням матеріальних можливостей.

Комплект (лат. повний) означає повний набір одягу і предметів, що доповнюють його, які не утворюють костюм відповідного призначення. В комплекті все пов'язане між собою єдністю художнього рішення форми. Предмети комплекту рівнозначні, взаємозамінні, на відміну від ансамблю.

Ансамбль в костюмі має строгую взаємопідпорядкованість образу домінуючій частині, яка підкреслює узгоджений зв'язок і підпорядкованість інших частин. Ансамблевість Family look індивідуалізує суббренд образного напрямку моди – співзвучність часу і пропаганду сімейних цінностей.

Зв'язок, підпорядкованість, відкритість кожної системи моделей характеризують наступні засоби. Завдяки ритму сприймається образ. Метричний порядок впливає на динаміку ритму (прискорення, уповільнення). Масштабні характеристики предметів комплекту можуть мати різну площу. На структурному рівні формоутворення в основу масштабної характеристики закладають пропорційні відношення частин форми, які варіюються в межах антропологічної моделі тіла. Принцип повторюваності і стабільності групувань композиційних елементів (дрібні, середні, крупні) забезпечують гармонізацію форми (не більше трьох).

Виходячи із глосарію ключових термінів проєктної проробки [10] в алгоритм застосування інформаційних масивів конструктивно-композиційних рішень моделей сформована номенклатура принципів ідентифікації (табл. 1).

Таблиця 1

Номенклатура принципів ідентифікації образності моделей Family look

Найменування принципу	Рівень застосування	Спосіб досягнення
Ідентичність	Дзеркальне відображення	Розмірне копіювання
Повторюваність	Компліментарна спорідненість	Метрика ритму
Ансамблевість	«Унісекс» предметів сполучень	Стильова гармонія предметних сполучень
Контрастність	Міксова комбінація груп	Пропорційні відношення масштабних характеристик

Принцип ансамблевості ґрунтується на гармонії предметних сполучень в типоконпекті у соціальній функції одягу в стилі Family look. Ієрархічний підхід до алгоритму етапів збереження характеристики ансамблю в ідентичності образу «унісекс» містить врахування статево-вікових ознак, соціальну групу споживання, функцію застосування, асортиментні одиниці гардеробу (рис. 1).

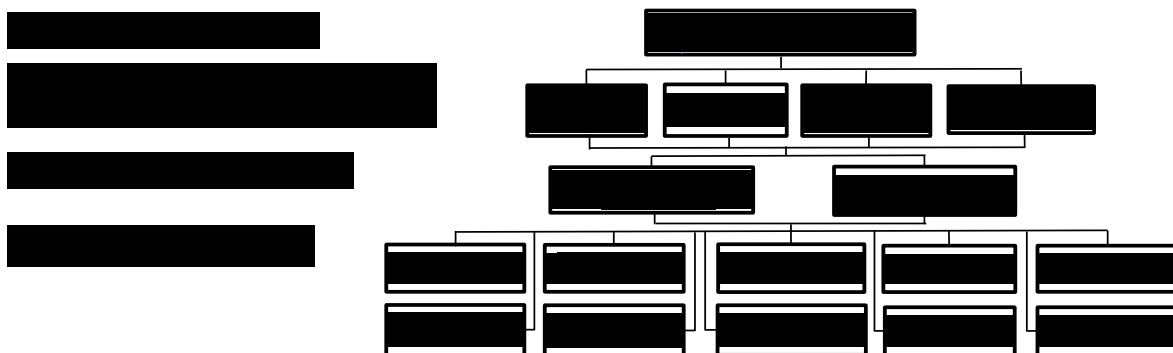


Рис. 1. Ієрархічна схема формування ансамблевості одягу в стилі Family look

Комбінація статево-вікових груп визначена за формулою:

$$FL = f + m + s + d, \tag{1}$$

де FL – кількість членів сім'ї в системі Family look; f – батько; m – мама; s – син; d – дочка.

За кількістю асортиментних одиниць одяг в стилі Family look може бути 2-, 3-, 4- компонентним. Він залежить від кількості членів сім'ї, їх статі та варіанта поєднання асортиментних одиниць гардеробу між собою.

На основі аналізу 130 моделей, представлених в електронних ресурсах за 2018–2020 рр. [3], було встановлено варіанти поєднань асортиментних одиниць гардеробу (табл. 2). Найбільшою частотою зустрічності серед них характеризуються наступні варіанти: 41,8 % – однаковий гардероб та колір у всіх членів сім'ї (одяг «унісекс»); 15,1 % – різний гардероб у всіх членів сім'ї, але колір однаковий; 13,7 % – верх однаковий за кольором та асортиментом, низ різний за асортиментом, але однаковий за кольором; 11,6 % – гардероб та колір членів однієї статі однаковий і відрізняється від членів іншої статі.

Таблиця 2

Типологічний ряд варіантів поєднань асортиментних одиниць в статеві-вікових групах

Статеві-вікова група	f, s	m, d	f, s	m	f, s	m, d	f, s	m, d	m, d	s	f	s	m	d
Верх	1	3	1	1	1	2	3	3	1	2	1	1	3	1
Низ	2	–	2	2	3	3	1	2	–	3	2	2	–	2

Примітка: 1–3 предмети гардеробу

Визначення «унісекс» найкраще проявляється в дзеркальному відображенні асортименту (рис. 2).

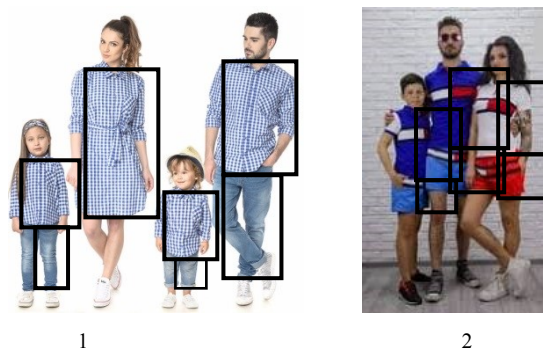


Рис. 2. Дзеркальне відображення принципу «унісекс» в типоконкомплекті Family look

Дослідження стильової рівноваги предметних сполучень виконане методом нерівномірного масштабування площ предметів типоконкомплекту за коефіцієнтом пропорційності в статевих вікових групах. Коефіцієнти пропорційності розраховані між членами однієї статі (тато – син (f/s); мама – дочка (m/d)) та між членами одного віку (тато – мама (f/m); дочка – син (d/s)) із збереженням умови – більша площа співвідноситься до меншої. Для дослідження гармонійності одягу в стилі Family look використана методика визначення співвідношень площ однакових асортиментних одиниць в сітці габаритів виробу [1]. Коефіцієнт пропорційності співвідношень площ розрахований за формулою (2):


$$C_{pr} = \frac{S_i}{S_j} \quad C_{pr} = \frac{S_i}{S_j} \quad (2)$$

де C_{pr} – коефіцієнт пропорційності площ; S_i – площа асортиментної одиниці центральної фігури; S_j – площа асортиментної одиниці іншого члена сім'ї.

Верифікаційна база даних співвідношень площ асортиментних одиниць в обраних моделях типоконкомплектів наведена в таблиці 3.

Проведений аналіз вказує на те, що в типоконкомплекті № 1 зберігається метрика ритму в градації масштабності ($C_{pr} = 2,23$), що не суперечить пропорціям контрольних вимірів габаритів конструкції за властивістю масштабності ($C_{pr} = 2,35$). В типоконкомплекті № 2 коефіцієнти пропорційності предметних сполучень ($C_{pr} = 1,27$) відповідають пропорційності ведучих розмірних ознак ($C_{pr} = 1,24$) за принципом «унісекс». Похибка знаходиться в межах 5 %, рекомендованих для легкої промисловості.

Верифікаційна база даних визначення гармонійності типоконструкцій

Номер типоконструкції	Моделі типоконструкції	Асортиментна одиниця типоконструкції	Площа асортиментної одиниці		Коефіцієнт пропорційності				Спосіб ідентифікації гармонії
			S_i	S_j	C_{pr1}	C_{pr2}	C_{pr3}	$C_{pr. sep}$	
1		Верх: Сукня Сорочка	480 (m)	168 (d)	2.86 (m/d)	1.25 (f/m)	1.09 (d/s)	2.23	Метрика ритму габаритів в градації масштабності (m/d)
		Низ: Джинси	–	104 (d)	–	–	2.17 (d/s)		
		Верх: Сорочка	384 (f)	154 (s)	2.49 (f/s)	–	–		Розмірне копіювання дзеркального відображення асортименту (f/s)
		Низ: Джинси	230 (f)	48 (s)	4.79 (f/s)	–	–		
2		Верх: Футболка	192 (f) 154 (m)	135 (s)	1.42 (f/s)	1.25 (f/m)	1.23 (m/s)	1.27	Стильова рівновага «унісексу» в предметних сполученнях (f/s), (f/m), (m/s)
		Низ: Шорти	110 (f) 80 (m)	63 (s)	1.25 (f/s)	1.38 (f/m)	1.11 (m/s)		

Висновки

Алгоритм забезпечення стильової рівноваги предметних сполучень одягу в стилі Family look ґрунтується на принципі ансамблевості в характеристиці капсули моделей типоконструкції за ознакою «унісекс». Кількісні параметри пропорційних відношень площ асортиментних одиниць забезпечують гармонізацію форми за принципом повторюваності і стабільності групувань композиційних елементів верху і низу (не більше трьох).

Застосування типологічних рядів варіантів поєднань асортиментних одиниць в статево-вікових групах членів сім'ї може бути рекомендовано для розробки спортивного і виробничого одягу.

Література

- Slavinska A. Development of the production model of scaling uniformity of the assortment complex clothing Family look / A. Slavinska, O. Syrotenko, V. Mytsa, O. Dombrovska // *Vlakna a textile*. – 2020. – № 27 (4). – P. 106–117. – Режим доступу : http://vat.ft.tul.cz/2020/4/VaT_2020_4_15.pdf
- Family look: тренд, который объединяет [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://blog.shafa.ua/family-look-trend-kotoryiy-obedinyayet>.
- Одежда в стиле Family Look [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://happywear.ru/blog/odezhda-v-stile-family-look>.
- Сагалакова Э. 4 варианта, как одеться всей семьей в стиле family look [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://letidor.ru/moda/4-varianta-kak-odetsya-vsey-semey-v-stile-family-look.htm>.
- Gavish Y. A qualitative study of mother - adolescent daughter - vicarious role model consumption interactions / Y. Gavish, A. Shoham, A. Ruvio // *Journal of Consumer Marketing*. – 2010. – № 27(1). – P. 43–56. – Режим доступу : <https://doi.org/10.1108/07363761011012949>.
- Медведев Ю. Психология кольору / Ю. Медведев // *Легка промисловість*. – 2007. – № 4. – С. 27-28.
- Кулешова С.Г. Розробка методу комп'ютерної візуалізації зовнішнього вигляду споживача [Електронний ресурс] / С.Г. Кулешова, А.Л. Славінська // *Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки*. – 2014. – № 2. – С. 95–102. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_tekh_2014_2_20.
- Славінська А.Л. Дизайн-програма ідентифікації конструктивно-технологічних модулів виробів у структурі технологічного процесу [Електронний ресурс] / А. Л. Славінська // *Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки*. – 2015. – № 5. – С. 134–140. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_tekh_2015_5_27
- Малинська А.М. Розробка колекцій одягу : навчальний посібник / А.М. Малинська, К.Л. Пашкевич, М.Р. Смирнова, О.В. Колосніченко. – К. : ПП «НВЦ«Профі», 2014. – 140 с.
- Славінська А.Л. Логістична координація інформаційних потоків серії моделей швейних виробів [Електронний ресурс] / А.Л. Славінська // *Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки*. – 2015. – № 6. – С. 100–107. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_tekh_2015_6_23.

References

- Slavinska A. Development of the production model of scaling uniformity of the assortment complex clothing Family look / A. Slavinska, O. Syrotenko, V. Mytsa, O. Dombrovska // *Vlakna a textile*. – 2020. – № 27 (4). – R. 106–117. – Rezhym dostupu : http://vat.ft.tul.cz/2020/4/VaT_2020_4_15.pdf

2. Family look: trend, kotoryi ob'edyniaet [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://blog.shafa.ua/family-look-trend-kotoryi-obedyniaet>.
3. Odezhda v stile Family Look [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu : <https://happywear.ru/blog/odezhda-v-stile-family-look>.
4. Sagalakova E. 4 varianta, kak odetsya vsej semej v stile family look [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu : <https://letidor.ru/moda/4-varianta-kak-odetsya-vsej-semey-v-stile-family-look.htm>.
5. Gavish Y. A qualitative study of mother - adolescent daughter - vicarious role model consumption interactions / Y. Gavish, A. Shoham, A. Ruvio // Journal of Consumer Marketing. – 2010. – № 27(1). – R. 43–56. – Rezhym dostupu : <https://doi.org/10.1108/07363761011012949>.
6. Medvediev Yu. Psykholohiia koloru / Yu. Medvediev // Lehka promyslovist. – 2007. – № 4. – S. 27-28.
7. Kuleshova S.H. Rozrobka metodu kompiuternoї vizualizatsii zovnishnoho vyhliadu spozhyvacha [Elektronnyi resurs] / S.H. Kuleshova, A.L. Slavinska // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Tekhnichni nauky. – 2014. – № 2. – S. 95–102. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_tekh_2014_2_20.
8. Slavinska A.L. Dizain-prohrama identyfikatsii konstruktyvno-tekhnologichnykh moduliv vyrobiv u strukturі tekhnologichnoho protsesu [Elektronnyi resurs] / A. L. Slavinska // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Tekhnichni nauky. – 2015. – № 5. – S. 134–140. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_tekh_2015_5_27
9. Malynska A.M. Rozrobka koleksii odiahu : navchalnyi posibnyk / A.M. Malynska, K.L. Pashkevych, M.R. Smyrnova, O.V. Kolosnichenko. – K. : PP «NVTs«Profi», 2014. – 140 s.
10. Slavinska A.L. Lohistychna koordynatsiia informatsiinykh potokiv serii modelei shveinykh vyrobiv [Elektronnyi resurs] / A.L. Slavinska // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Tekhnichni nauky. – 2015. – № 6. – S. 100–107. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_tekh_2015_6_23_

А. Л. СЛАВИНСЬКА
О. П. СИРОТЕНКО

ORCID ID : 0000-0003-0663-9422
ORCID ID: 0000-0002-6816-6467

tksv@khnu.km.ua
syrotenko@email.ua

Рецензія/Peer review : 14.05.2021 р.

Надрукована/Printed : 30.06.2021 р.