

УДК
791:792.024:379.8

DOI:10.30857/2617-
0272.2020.1.3.

АРТЕМЕНКО М.П., ЧЕПЕЛЮК О.В.
Херсонський національний технічний університет
КОЛОСНІЧЕНКО М.В.
Київський національний університет технологій та дизайну

ТИПОЛОГІЯ КОСТЮМА ДЛЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Мета. Метою дослідження є розробка типології костюма для рекреаційно-туристичної сфери, який виступає засобом підвищення атрактивності заходів та формування туристичного іміджу регіону.

Методологія. В статті застосовано типологічний та порівняльно-описовий методи при виявленні характеристик костюмів, що використовуються в рекреаційно-туристичній сфері та їх класифікації за характером взаємодії з туристом/рекреантом, призначенням та іншими ознаками. Комплексне використання методів функціонального, образно-стилістичного аналізу дало змогу визначити специфіку дизайн-проекування.

Результати. Розглянуто дизайн костюма як засіб підвищення атракції та розвитку рекреаційно-туристичної сфери. Визначено основні специфічні типологічні групи костюма для зазначеної галузі й побудовано структурно-логічну класифікаційну схему за характером взаємодії з туристом/рекреантом, призначенням, за пріоритетом функціональних та естетичних принципів, способом передачі інформації про туристичний регіон/захід та за творчим джерелом. Визначено специфіку проектування костюму з позиції естетичних та ергономічних характеристик.

Наукова новизна. Наукова новизна роботи полягає у тому, що вперше актуалізовано роль костюма в сфері туризму та рекреації, розвиток якої є одним з пріоритетних напрямків розвитку економіки України в цілому та її областей. Крім того вперше визначено і систематизовано типи костюма в рекреаційно-туристичній сфері та виокремлено особливості його дизайн-проекування.

Практична значущість. Отримані результати дозволять оптимізувати процес проектування та підвищити якість художньо-образних рішень костюма в рекреаційно-туристичній сфері. Результати дослідження також доцільно використовувати у підготовці лекційних курсів у навчальному процесі при підготовці фахівців з дизайну різних освітньо-кваліфікаційних рівнів.

Ключові слова: дизайн костюма, рекреація, туризм, атракція, типологія костюму, дизайн-проекування одягу.

Вступ. Сучасне суспільство спрямоване до світової глобалізації. Україна не стоїть осторонь цього процесу, включаючись в амбівалентний діалог культур. Задача кожної сфери діяльності, зокрема дизайну, в цих умовах як допомогти вистояти державі в жорсткій конкуренції, так і не втратити унікальність її товарів та послуг. Дизайн сьогодні має чисельну кількість напрямків, які формують

обличчя продукту та створюють навколо нього особливу атмосферу. Це, наприклад, й предметний дизайн при створенні власне товару, й графічний і мультимедійний дизайн супроводу його рекламної компанії, а також дизайн костюма, який може бути не лише товаром, а й виступати в якості носія інформації про організацію, послугу тощо.

Постановка завдання. Про значення та роль костюма у всіх сферах існування

людини зазначає в своїх роботах не одне покоління науковців. Багатомірність змісту дизайну костюма вимагає розглядати, всебічно досліджувати його з різних позицій сучасної науки та використовувати ці знання в практичній діяльності фахівців в галузях культури, мистецтва, соціології, психології, освіти та в процесах виробництва різноманітних товарів й послуг.

Пріоритетним, проте малодослідженим з позицій значення ролі костюма, напрямком розвитку суспільства сьогодні можна вважати сферу туризму та рекреації, що чинить вплив як на становлення, зростання та відновлення фізичних й духовних сил громадян, так і на збільшення економічних, політичних, соціальних та інших показників розвитку держав.

Брак подібної інформації спричиняє безсистемне, необґрунтоване формування художніх образів учасників рекреаційно-туристичного процесу, з якими контактує відпочиваючий, що в свою чергу знижує якість та рівень атрактивності запропонованих заходів.

Тобто ситуація, що склалася в зазначеному колі наукових досліджень та практик, вимагає обґрунтування ролі костюма, аналізу й систематизації принципів використання його у вказаній галузі, а також розробки типології костюма для рекреаційно-туристичної сфери, що дозволить мистецтвознавцям, дизайнерам-модельєрам, художникам з костюма, менеджерам з туризму тощо чітко усвідомлювати підходи до дизайн-діяльності в цьому напрямку.

Аналіз попередніх досліджень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що сучасні науковці починають

приділяти увагу костюму для рекреаційно-туристичної галузі в окремих аспектах, проте їх роботи є розрізненими, й системної та вичерпної стратегії щодо особливостей його використання та проектування в зазначеній сфері на даний час немає.

Зокрема доцільно згадати праці наступних вчених, а саме: окремі технологічні та конструктивні процеси виготовлення костюма для закладів готельно-ресторанної сфери розглядає колектив авторів О. Yakymchuk, D. Yakymchuk, N. Myrhorodska, N. Kushevskiy, J. Koshevko та інші [17-19]; дослідженню традиційного костюма певних культурних осередків в етнокультурних рекреаційно-туристичних заходах приділяють увагу закордонні та вітчизняні науковці, зокрема А. Sarobol [16], Li Ma [15], Ya Nan He та Lin Zhang [14], Н.В. Власенко та А.Л. Власенко [2]; в контексті пізнавальних функцій театралізованих екскурсій роль костюма зазначають, проте детально його не досліджують В.І. Мозолевський [9], Ю.А. Воропаєва, М.А. Богачева [1]; костюм спеціального призначення для активного відпочинку, який в широкому сенсі називають костюмом для туризму, вивчають Р.Ф. Каюмова та Т.Д. Пічужкіна [6] тощо.

Тобто, відповідно до попереднього аналізу останніх наукових досліджень, можна сказати, що шляхи використання костюма та його різновиди в рекреаційно-туристичній сфері доволі широкі, і передбачають та обумовлюють різні підходи до дослідження та проектування, які сьогодні є недостатньо розробленими. Мета статті полягає в аналізі способів використання костюма в рекреаційно-туристичній сфері та розробці комплексної типології костюма для неї.

Результати дослідження. Метод типології в дослідженні дизайну костюма є доволі поширеним. Наприклад, В.В. Давидова [3,4] вважає його основним шляхом для розуміння суті костюма, який розглядається автором як оболонка між людиною та середовищем. Відповідно до цієї аксіоми комплекс костюма розділяється на підсистеми, групи, види, тощо в залежності від відношення до людини, середовища та виробництва. Автор виділяє наступні глобальні площини в типологічно-класифікаційній структурі костюма – антропологічна, демографічна, історична, природна, етнографічна, соціальна, естетична, функціональна, виробнича, які в подальшому розгалужуються та деталізуються.

Методику формування типологічних структур при дослідженні закономірних взаємозв'язків в системі дизайну костюма також пропонує А.М. Упіне [12]. Автор вказує, що розроблена нею методика ґрунтується на культурологічному, культурно-історичному, порівняльно-історичному та історико-типологічних методах аналізу костюмних форм і її застосування демонструє на прикладі аналізу народного костюма певного регіону. Тим не менш, запропонована в роботі [12] методика зводиться до виявлення лише особливостей композиційно-конструктивної будови, залишаючи поза увагою інші особливості костюма. З вказаної причини для розробки комплексної типології костюма для рекреаційно-туристичної сфери може бути застосована частково в окремих аспектах.

Загалом, треба зазначити, що значну кількість наукових робіт, предметом дослідження яких є типологія костюма,

присвячено саме аналізу комплексів народних костюмів різних регіонів та етносів. Наприклад, серед вітчизняних авторів можна згадати таких як Л. Іваневич [5], О. Цимбалюк [13], також в деякій мірі це питання розглянули в своїх працях з історії світового й національного костюма та декоративного мистецтва М. Білан, Л. Булгакова-Ситник, З. Васіна, Н. Даниленко, Р. Захарчук-Чугай, Т. Кара-Васильєва, О. Косміна, Г. Кожоляно, Л. Лиганова, К. Матейко, Т. Ніколаєва, Є. Причепій, Т. Причепій та Г. Стельмашук. Оскільки національні та етнічні костюми в презентації культурних особливостей регіону в рекреаційно-туристичній діяльності займають не останнє місце, то роботи вище зазначених авторів можна вважати фундаментом в класифікаційній гілці типології костюма для рекреаційно-туристичної діяльності відповідного напрямку, проте глобальні основні типологічні відмінності тут визначаються за регіоном, станом, функціональним призначенням, статтю.

Крім того, слід зауважити, що аналіз численних фоторепортажів з національно орієнтованих рекреаційно-туристичних заходів показує, що в переважній більшості відбувається переосмислення, спрощення та адаптація під сучасні реалії народних традицій в костюмі учасників дійств, а точне відтворення їх автентичності відбувається зрідка. Саме тому на даному етапі досліджень деталізувати та дублювати існуючу про них інформацію під час розробки типології костюма для рекреаційно-туристичної галузі недоцільно, проте в подальшому дизайнерам-практикам доречно рекомендувати детально ознайомитись з класифікацією та

типологією традиційних комплексів вбрання регіонів, для яких проектується костюм, що приймає участь в туристичних атракціях.

Якщо розглядати рекреаційно-туристичну діяльність з позицій атракції, досягнення якої є основною метою відпочинку, то підходити до розробки типології костюма необхідно з усвідомлення того, яким саме чином костюм може викликати позитивні емоції у рекреанта. Досягнення емоційного відгуку відбувається під час дії об'єкту на рецептори органів чуття людини. В цьому контексті костюм перш за все взаємодіє з людиною під час безпосереднього фізичного контакту, а також на відстані через сприйняття органами зору. Тому з цієї точки зору можна виділити такі типологічні види костюмів, як фізично-контактні (1.1) та візуально-контактні (1.2) (рис. 1).

Крім того, під час аналізу шляхів використання костюма як засобу підвищення атракції в рекреаційно-туристичній галузі та дослідженні основних заходів концептоутворених на ньому, було виявлено, що деякі види костюмів одночасно взаємодіють з туристом/рекреантом на фізичному рівні (перебувають в особистому використанні) та візуально з підвищеними емоціями сприймаються при його спостереженні іншими відпочиваючими. Такі костюми (в розробленій типології кодуються як (1.1/2)) завдяки подвійному каналу комунікації з відпочиваючим володіють підвищеними показниками атрактивності. Також вони формують додатковий емоційний відгук за рахунок ігрових складових перевтілення та усвідомлення рекреантом новизни сприйняття власного образу оточуючими.

Загалом, відповідно до призначення, можна виділити одинадцять принципів за змістом груп костюмів для рекреаційно-туристичної галузі (рис. 1), які доцільно додатково розділити та уточнити. Наприклад, в групі 2.1 – костюми для активних видів відпочинку, що здебільшого включає одяг спеціального призначення, можна виділити костюми для полювання, костюми для рибалки, гірськолижний одяг, гідрокостюми для дайвінгу та підводного полювання, костюми для пляжного відпочинку тощо. Проте зазначені підгрупи одягу придбаються відпочиваючим самостійно заздалегідь і організатори дозвілля позбавлені механізмів впливу на такі різновиди костюма в контексті підвищення атрактивності заходу. С цих позицій вказана типологічна група костюмів для рекреаційно-туристичної сфери потрапляє за межі предмету досліджень цієї роботи, тому в подальшому не розглядається.

Одяг, що надається відпочиваючим в готелях, SPA-салонах та фітнес-клубах (2.2), включає в себе перш за все халати для ванних кімнат, які можуть мати різний дизайн. В роботі [11] зазначається, що при виборі фасону халату особливих правил та закономірностей немає, господарі відповідних закладів орієнтуються на власний смак. У випадку, коли такий елемент костюма відпочиваючого використовується як маркетинговий інструмент, що дозволяє закладу вирізнитися з загальної маси конкурентів, то проектувальники йдуть двома шляхами – ексклюзивність (замовлення халатів індивідуального дизайну) та брендування (нанесення логотипу).

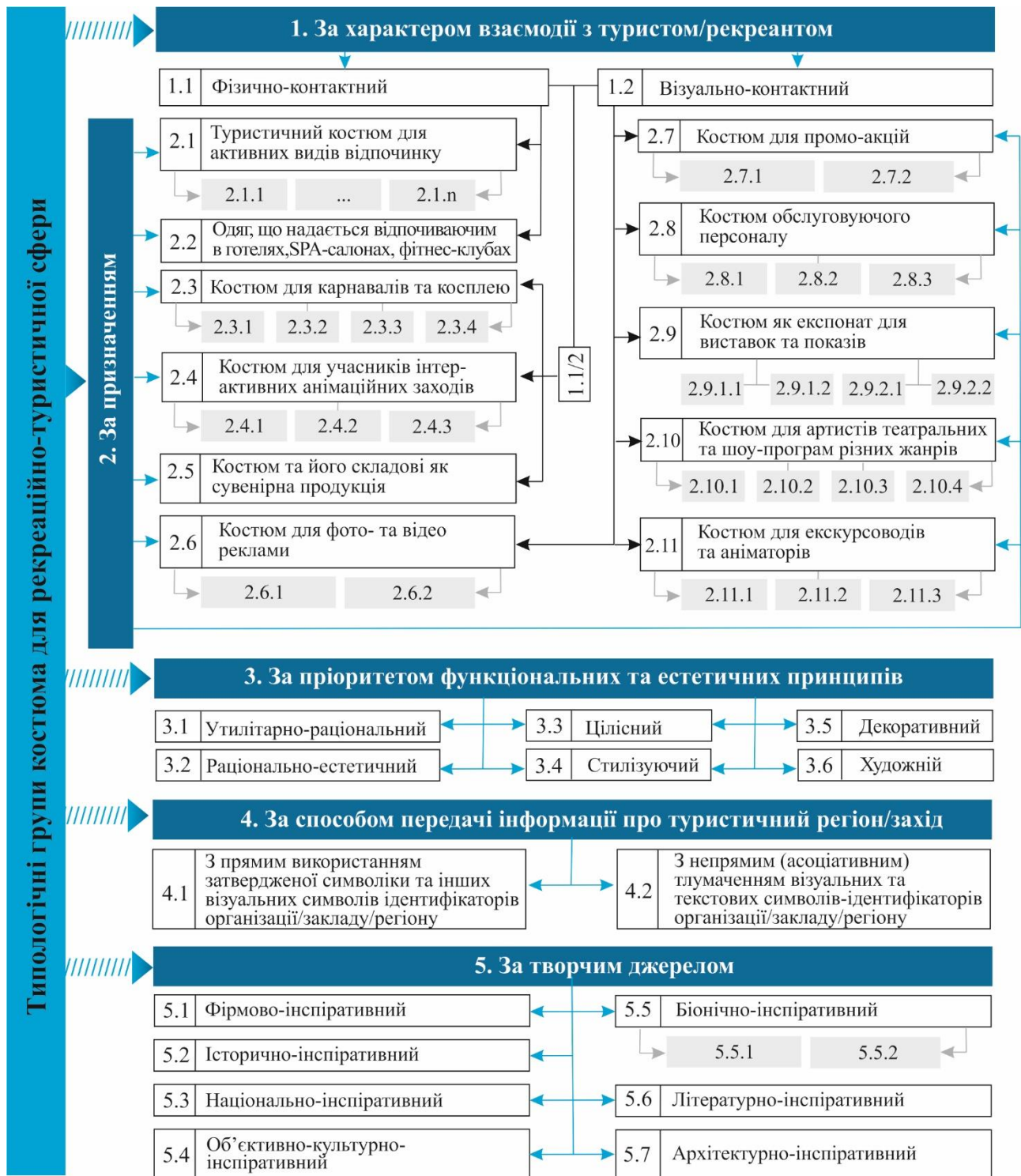


Рис. 1. Основні специфічні типологічні групи костюма для рекреаційно-туристичної сфери

В групі 2.3, що включає костюми для карнавалів та косплею, можна виділити наступні основні підгрупи за призначенням – костюми для участі в костюмованій ході (2.3.1), костюми для тематичної

театралізованої реконструкції популярного сюжету (2.3.2), костюми для участі в конкурсі/показі/шоу (2.3.3), костюми для фотосесій та селфі (2.3.4).

До групи 2.4 можна віднести наступні відмінні за змістом підгрупи призначення костюма для рекреаційно-туристичної сфери, а саме: найпопулярнішою сьогодні відповідно до результатів дослідження репортажних фото з різних інтерактивних анімаційних заходів є підгрупа 2.4.1. – «Елементи костюма для часткового перевтілення відпочиваючого», які одягаються поверх власного одягу рекреанта та допомагають в створенні певного художнього образу, необхідного для більш глибокого занурення в інтерактив (головні убори, накидки, аксесуари та інші легко знімні види одягу); наступна підгрупа 2.4.2. – «Костюм для повного перевтілення учасників заходу» – близька за ідеєю до 2.4.1, проте вже передбачає повне переодягання учасників або відпочиваючих й може мігрувати та об'єднуватись за змістом з групою костюмів 2.3; останньою підгрупою в групі костюмів для учасників інтерактивних анімаційних заходів є 2.4.3 – «Ідентифікаційний або страхувальний одяг (спорядження) для активних (часто командних) видів розваг», що надається організаторами в тимчасове використання.

Група 2.5 включає різні за призначенням асортиментні групи одягу та аксесуарів, які несуть певну відмінну візуальну ідентифікаційну характеристику регіону/заходу/закладу/організації, що можна придбати на згадку.

Костюм для фото- та відеореклами (група 2.6) відповідно до того, яке інформаційне повідомлення він призначений донести до глядача, можна розділити на такі підгрупи: 2.6.1 – «Костюм для створення образів відпочиваючих та передачі їх емоцій (вражень)», найчастіше це звичайний побутовий одяг, або одяг, що

використовується на відпочинку, для створення рекламних персонажів, з якими глядач може уособлювати себе; 2.6.2 – «Костюм для створення тематичних образів, що ілюструють концепцію відпочинку», в цьому випадку костюм більше відходить від побутового та відображає тематику заходу/закладу або ідентифікує його серед решти подібних, підкреслює його особливості, презентує ту атмосферу, в яку може потрапити турист/рекреант у разі вибору відповідного виду відпочинку.

В групі 2.7 – «Костюм для промо-акцій» сьогодні можна виділити наступні основні підгрупи відповідно до призначення, що в свою чергу значно відрізняються за підходом до дизайн-проекування: 2.7.1 – «Корпоративний одяг представників рекреаційно-туристичних агенцій/закладів/організацій» та 2.7.2 – «Костюм-образ рекламного персонажу для аніматора». До першої підгрупи можна віднести стримані костюми (інколи формені) в межах дресс-коду компанії, витримані із збереженням її ідентифікаційних характеристик – колірного рішення, брендування тощо; до другої – більш видовищні костюми, в які одягають акторів-аніматорів або промоутерів, що підіймають рівень атрактивності заходу, привертають на себе увагу, викликають бажання сфотографуватися з ними на згадку.

Групу 2.8 «Костюм обслуговуючого персоналу» в типології костюму для рекреаційно-туристичної сфери доцільно розділити на підгрупи за призначенням відповідно до різновиду професій працівників, що задіяні в наданні послуг відпочиваючим, наприклад, 2.8.1 – «Корпоративний одяг персоналу готельно-ресторанного господарства» (офіціантів,

покоївок, адміністраторів тощо), 2.8.2 – «Корпоративний та формений одяг персоналу транспортних компаній» (водіїв, стюардес, провідників тощо), 2.8.3 – «Корпоративний одяг персоналу культурно-розважальної сфери» (адміністраторів, білетерів, гардеробників тощо), а також за змістом сюди можна додати одяг для представників рекреаційно-туристичних агенцій/закладів/організацій (2.7.1), що надають організаційні послуги відпочиваючим. За специфікою проектування це здебільшого корпоративний та формений одяг, що має відповідати дрес-коду компанії, яка надає послуги туристам та рекреантам.

Група 2.9 «Костюм як експонат для виставок та показів» представляє собою оригінали та реконструкції історичних та національних костюмів різних епох (2.9.1.1), а також костюми від відомих дизайнерів напрямку haute couture або костюми з глибокою концепцією (2.9.1.2), що мають художню цінність як витвори мистецтва. Крім того їх можна розділити на такі підгрупи за призначенням та способом презентації, а саме: 2.9.2.1 – «Костюми для статичної демонстрації на манекенах» та 2.9.2.2 – «Костюми для динамічної демонстрації на моделях».

Костюм для артистів театральних та шоу-програм різних жанрів (2.10) відповідно до способу взаємодії з аудиторією можна розділити за призначенням на такі основні групи: 2.10.1 – «Костюм для артистів театральних та шоу-програм розмовних і вокальних жанрів», 2.10.2 – «Костюм для артистів інструментальних шоу-програм»; 2.10.3 – «Костюм для артистів хореографічних, акробатичних та інших шоу-програм з

великою динамікою рухів»; 2.10.4 – «Костюм для артистів оригінального жанру» (вогняні, світлові, фрік-шоу тощо) та інші. В переважній більшості в зазначену типологічну групу костюмів для рекреаційно-туристичної діяльності входять видовищні образи, які створюються за допомогою театральних або сценічних костюмів, що і обумовлює підходи до дизайн-діяльності в цьому напрямку. Однак специфіка проектування костюмів для рекреаційно-туристичної сфери двох останніх підгруп (2.10.3 та 2.10.4) значною мірою визначається необхідністю створення видовищних образів із врахуванням амплітуди динаміки рухів артиста, а в окремих випадках і підвищених вимог до техніки безпеки.

Костюм для екскурсоводів та аніматорів (2.11) має великий діапазон зовнішнього вигляду. Одразу зазначимо, що зовнішній вигляд екскурсоводів, які в своїй професійній діяльності використовують повсякденний одяг, в статті не розглядається, хоча в сучасних умовах такі приклади зустрічаються доволі часто. Такий підхід обумовлено тим, що здебільшого «костюм» в цьому випадку далекий від розуміння його впливу на атрактивність екскурсії і обирається без врахування стилістики та тематики рекреаційно-туристичного заходу. Якщо розглядати з позицій атрактивності більш обґрунтований підхід до формування образу екскурсовода та аніматора, то в типологічній групі 2.11 можна виділити три принципи напрямки дизайн-проектування костюма за призначенням: 2.11.1 – «Костюм екскурсовода класичних екскурсій», 2.11.2 – «Костюм екскурсовода-аніматора театралізованих екскурсій», 2.11.3 – «Костюм

аніматора інтерактивних театралізованих заходів». Костюми для екскурсоводів класичних екскурсій в специфіці дизайн-проекування представляють собою одяг витриманий в рамках корпоративного стилю закладу, що організує та проводить таку екскурсію. Більш тематичні та концептуальні вимоги до дизайну костюма висувуються при проектуванні образів екскурсоводів-аніматорів в театралізованій екскурсійній діяльності. І найвищий рівень видовищності та оригінальності в цій групі костюмів для рекреаційно-туристичної сфери вимагає зовнішній вигляд аніматора інтерактивних театралізованих заходів. Відповідно, чим більший рівень видовищності необхідний в дизайні костюма екскурсовода та аніматора, тим більше костюм має відходити від повсякденності, що проявляється у виборі форм, фактур, матеріалів, кольорового рішення та інших його художньо-композиційних особливостей.

Підходячи та питання видовищності костюма для рекреаційно-туристичної сфери, яке тою чи іншою мірою простежується у всіх розглянутих типологічних групах за призначенням, було вирішено, що найоптимальнішим для наших задач підходом в класифікації та типологізації костюмів за співвідношенням утилітарних та художньо-естетичних принципів є використання теорії предметної творчості, розробленої М.А. Коськовим [8]. За цією теорією сфери творчої діяльності людини є біфункціональними. Автор пропонує співвідношення практичного і художнього використати підставою для виділення типів цих сфер. Зазначений підхід в класифікації застосовано нами до костюма для рекреаційно-туристичної сфери (3).

Кожен з виділених підтипів костюма в ній є результатом принципово різних підходів до дизайн-проекування й передбачає свої цілі, своє розуміння досконалості і краси речей, спирається на свою міру і систему домінант. Якщо на полюсі практичної корисності повністю панує раціональний розрахунок і опора на об'єктивні закони природи, то на протилежному, художньому полюсі, панує ірраціональний початок – інтуїція, суб'єктивні асоціації, підсвідомість, умовні уявлення і таке інше. Таким чином, за пріоритетом функціональних та естетичних принципів костюм класифіковано від такого, який має максимальний ступінь практичної корисності – утилітарно-раціональний (3.1) до створеного на основі інспірації в різних її проявах та масштабах розуміння – художнього (3.6).

За способом передачі інформації про туристичний регіон або захід доцільно виділити костюми, спроектовані з прямим використанням затвердженої символіки та інших візуальних символів ідентифікаторів організації, закладу або регіону (4.1) і з непрямим (асоціативним) тлумаченням візуальних та текстових символів-ідентифікаторів організації, закладу або регіону (4.2). В першому випадку відповідні символи можуть наноситися на певній ділянці костюма – на пілочки, спинці, рукавах, а також можуть міститися на аксесуарах або стати частиною орнаментальної композиції. При цьому використовується текстильні техніки: вишивка, друк, тощо. Сучасним є метод формоутворення з використанням в модельній конструкції одягу композиційних ліній та інших особливостей символів-ідентифікаторів. Друга група є більш складна за відображенням таких символів в костюмі,

та й самі символи більш складні й різнопланові, несуть сильніше і глибше змістовне навантаження. В результаті костюм далі відходить від утилітарного в бік художньо-естетичного.

Ще одним принциповим критерієм в типології костюма для рекреаційно-туристичної сфери є його зв'язок з творчим джерелом, яке має бути асоціативно пов'язаним та відображати особливості туристичного регіону – індивідуальні культурні, природні та інші ознаки. За творчим джерелом доцільно класифікувати костюм з виділенням семи підгруп (рис.1). Розглянемо більш детально кожен з них.

Костюм, що відноситься до групи 5.1 – «Фірмово-інспіративний» проектується з використанням обраної для ідентифікації фірми/організації/закладу/регіону айдентики, стилістики, кольорів, конструктивних рішень. Логотип, фірмовий знак, герб може бути використано в якості нашивки або принта та відображати приналежність співробітника тій чи іншій структурі, що надає рекреаційно-туристичні послуги.

Не менш значимим творчим джерелом при розробці дизайну костюма для рекреаційно-туристичної сфери є історичний костюм різних епох, використання якого дозволило виокремити наступну групу в нашій типології, а саме 5.2 – «Історично-інспіративний». Зазначена інспірація часто проявляється в дизайн-проекуванні костюма екскурсоводів та акторів театралізованих екскурсій, учасників історичних реконструкцій, театральних та шоу-програм та інших атракцій. При цьому можлива як реконструкція історичного костюма, так і вільне його трактування, стилізація ознак, використання його

окремих характерних складових для перевтілення відпочиваючого та включення його в інтерактив.

Усвідомлення людиною її національної приналежності формується з багатьох аспектів. Присутність національної символіки в оточуючому середовищі призводить до підвищення національної свідомості. Костюм для рекреаційно-туристичної сфери будь-якого призначення, спроектований з використанням національних та етнічних мотивів (5.3) ідентифікується закордонними туристами, доброзичливо сприймається ними та діє на підсвідомість місцевих жителів, підсилюючи національний дух. Сьогодні такий костюм активно використовується у етнокультурних та національно орієнтованих рекреаційно-туристичних заходах для формування їх атмосфери та неповторного колориту.

Схожий підхід існує стосовно використання в якості інспірації об'єктів культурної спадщини регіону (5.4). За умови, що об'єкт є впізнаваний, наприклад, петриківський розпис або інші визнані види декоративно-ужиткового мистецтва тощо, він викликає миттєвий підсвідомий емоційний відгук і формує позитивне враження від заходу. У випадку, коли об'єкт не настільки відомий, костюм починає популяризувати його та виконувати освітньо-пізнавальну функцію, заохочуючи туриста/рекреанта на сприйняття нової інформації про культурний осередок.

Група 5.5 – «Біонічно-інспіративний» включає дві підгрупи, в яких костюм проектується на основі стилізації або прямого цитування образів представників фауни (5.5.1) та флори (5.5.2). Такі творчі джерела широкоживані в художньому проектуванні різних асортиментних груп

одягу не тільки для рекреаційно-туристичної сфери, в контексті піднятої в даній статті проблематики доцільно наголосити на обов'язкову прив'язку при виборі в якості інспірації конкретного представника фауни та флори до території, на якій проводиться захід або якому захід присвячено. Це дозволяє відпочиваючим в більшому ступені зануритись в особливу енергетику відвідуваного регіону, розкрити його природну унікальність та забезпечити гармонійну єдність художній образів учасників рекреаційно-туристичного процесу з оточуючим простором.

До групи 5.6 – «Літературно-інспіративний» входять костюми, спроектовані з використанням в якості джерела натхнення образів літературних героїв. Часто ними стають персонажі казок, легенд, міфів, а у випадку костюмів для косплею – популярні герої наукової фантастики, фентазі тощо. Також такі інспірації в дизайні костюма для рекреаційно-туристичної сфери поширені при розробці образів для театралізованих екскурсій та інших заходів.

З позиції підвищення атрактивності рекреаційно-туристичних заходів та формування туристичного іміджу регіону також доцільно використовувати в якості інспірації при розробці дизайну костюмів для зазначеної сфери діяльності архітектурні споруди. Такі костюми потрапляють в окрему групу 5.7-«Архітектурно-інспіративні». Це пояснюється тим, що архітектурні споруди та об'єкти є одним з неофіційних символів території, які активно виступають в маркетингових процесах її позиціонування та допомагають формуванню асоціативних ланцюгів про туристичний регіон в свідомості людей [10].

Характерні для певного туристичного регіону архітектурні споруди можуть бути використані в якості інспірації для будь-яких видів костюма для рекреаційно-туристичної сфери.

Отже, в даній роботі виділено та детально розглянуто основні найбільш специфічні типологічні групи костюма для рекреаційно-туристичної сфери. Перелік параметрів, за якими класифіковано костюм на групи, не є вичерпним, проте охоплює усі ті відмінності, що притаманні саме для досліджуваного напрямку його застосування. В подальшому можна виділити групи за віковими, гендерними й антропометричними ознаками, художньо-композиційними, формоутворюючими, конструктивними особливостями тощо.

Висновки. Роль та значення костюма в процесах досягнення й підвищення атрактивності рекреаційно-туристичних заходів є недостатньо вивченими, тоді як типологія дає змогу розкрити саму суть костюма для зазначеного напрямку використання. В результаті аналізу літератури з обраної тематики та численних репортажних фото з різних заходів в досліджуваній сфері розроблено структурно-логічну класифікаційну схему, в якій виділено основні специфічні типологічні групи костюма для рекреаційно-туристичної галузі за наступними параметрами: за характером взаємодії з туристом/рекреантом – 2 самостійні та 1 змішана групи; за призначенням – 11 груп та 25 підгруп; за співвідношенням утилітарних та художньо-естетичних принципів – 6 груп; за способом передачі інформації про туристичний регіон/захід – 2 групи; за творчим джерелом – 7 груп та 2 підгрупи. Всі зазначені групи та

підгрупи охарактеризовано, зокрема за співвідношенням естетичних та ергономічних показників, а також за характером передачі інформації про регіон або концепцію заходу через костюм. В

подальшому планується розширити типологію з зазначенням конкретних естетичних та ергономічних показників, що мають бути визначальними при проектуванні костюмів різних груп.

Література

1. Воропаева Ю.А., Богачева М.А. Театрализованная экскурсия как новый вид в культурно-досуговой сфере. *Студенческий научный форум: материалы V Международная студенческая электронная научная конференция*, (15 февраля-31 марта 2013 г.). URL: <http://www.scienceforum.ru/2013/117/6154> (Дата звернення: 11.04.2018).
2. Власенко Н.А., Власенко А.Л. Український жіночий костюм – важливий ресурс культурно-пізнавального туризму. *Вісник ХНТУ*. 2014. №4(51). С.202-206. URL: [http://kntu.net.ua/ukr/content/download/39853/229558/file/Вестник_4\(51\)_2014.pdf](http://kntu.net.ua/ukr/content/download/39853/229558/file/Вестник_4(51)_2014.pdf)
3. Давыдова В.В. Типология костюма: *Альманах «Studia culturae»*. Вып. 1. №1 Санкт-Петербург: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. С.116-134. URL: <http://anthropology.ru/ru/text/davydova-vv/tipologiya-kostyuma>
4. Давыдова В. В. Костюм как феномен культуры: *Дис. ... канд. филос. наук* : 24.00.01 Санкт-Петербург, 2001 156 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/kostyum-kak-fenomen-kultury>
5. Иваневич Л.А. Особливості класифікації складових народного костюма українців Поділля XIX – початку XX століття: *Освіта, наука і культура на Поділлі*. – 2013. – Т. 20. – С. 489-501. URL: <http://onkp.kpnu.edu.ua/article/viewFile/55079/51279>
6. Каюмова Р.Ф., Пичужкина Т.Д. Современная одежда для лыжного и активного отдыха. *Новая наука: история становления, современное состояние, перспективы развития*: сборник статей Международной научно-практической конференции (8 апреля 2017). Пермь: МЦИИ «ОМЕГА САЙНС», 2017. С.15-18. URL: <https://os-russia.com/SBORNIKI/KON-179-1.pdf#page=15>
7. Костюкова Ю.А., Захарова А.С., Чагина Л.Л. Особенности проектирования театрального костюма: *Вестник Костромского государственного технологического университета*: 2011. №1(26). С. 35-37. URL: <https://studylib.ru/doc/3810580/osobennosti-proektirovaniya-teatral-nogo-kostyuma>
8. Косыков М.А. Эстетика предметных форм: *моногр.*: ЛГУ им. А.С. Пушкина: Спб. 2014. 392 с. С.163 URL: <https://docplayer.ru/63657286-Estetika-predmetnyh-form.html>
9. Мазалеўскі В. І. Маральнае выхаванне дзяцей у музейнай прасторы прыдапамозе тэатрализованай экскурсіі. *Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў: Тэорыя, методыка і арганізацыя сацыяльна-культурнай дзейнасці*. 2017. №2(28). С.127-132.
10. Сачук Т.В. Территориальный маркетинг: теория и практика : учебник. Москва : ИНФРА-М, 2017. 583 с. URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=556947&spec=1>

11. Сайт ТексПрайм: Гостиничный текстиль. Постельное белье. Махровые изделия. Ресторанный текстиль. URL: <http://www.texprime.net/article6.html> (дата звернення 19.01.2020)
12. Упине А.М. Методика формирования типологических структур при исследовании закономерных взаимосвязей в системе дизайна костюма. *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2011. № 9 (128). С. 78-81. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-formirovaniya-tipologicheskikh-struktur-pri-issledovanii-zakonomernyh-vzaimosvyazey-v-sisteme-dizayna-kostyuma>
13. Цимбалюк О. Театральні костюми-образи за народними мотивами: морфологічний аспект (на прикладі робіт Дарії Зав'ялової). *Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії*. 2008. Вип. 8. С. 152-157. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/16892/26-Tsymbalyuk.pdf?sequence=1>
14. He Y. N., Zhang L. Analyze on the Tourism Value of Traditional Costume Culture Resources in South Jiangsu District and the Development of Tourism Products. *Advanced Materials Research*. 2013. Vols. 821-822. P. 803-806. DOI: <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMR.821-822.803>
15. Ma L. Strategy Study on National Tourism Clothing Cultural of Guilin Region. *Applied Mechanics and Materials*. 2013. Vols. 411-414. P. 2335-2338. DOI: <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.411-414.2335>
16. Sarobol A. Costume Development Model for Tourism Promotion in Mae Hong Son Province, Thailand. *SHS Web of Conferences, 4th International Conference on Tourism Research (4ICTR)*. 2014. Vol.12. 6 p. DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201053>
17. Yakymchuk O., Yakymchuk D., Kushevskiy N., Chepelyuk E., Koshevko J., Myrhorodska N., Dzyundzya O., Burak V. Prerequisites for the development of hydro-jet technology in designing women's headgear at hospitality establishments: *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. Engineering technological system: Vol. 1, №1(91), 2018. P. 36-46. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2018.121507>
18. Yakymchuk O., Yakymchuk D., Kovalska N., Shvets I., Shvets Y. Economic effect of hydro-jet forming womens headwear details of hospitality establishmenst: *Vlakna a Textil*: Vol. 25, Issue 3, 2018. P. 84-88. URL: http://vat.ft.tul.cz/2018/3/VaT_2018_3_13.pdf
19. Yakymchuk O.V., Yakymchuk D.M., Myrhorodska N.V. Innovative feminine Indian suit as an inspiration of clothes design of hospitality establishments: *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, Vol. 23, Issue 139, 2017. P. 7-9. URL: <http://eKhSUIR.kspu.edu/handle/123456789/7742>

References

1. Voropaeva, Iu.A., & Bogacheva, M.A. (2013). Teatralizovannaia ekskursionnaia kak novyi vid v kulturno-dosugovoi sfere [Dramatized tour as a new species in the cultural and leisure sphere]. Proceedings from Student Science Forum: *V Mezhdunarodnaia studencheskaia elektronnaia nauchnaia konferentsiia (15 fevralia-31 marta 2013 hoda) – 5nd International Student Electronic Scientific*

- Conference. URL: <http://www.scienceforum.ru/2013/117/6154> (Last accessed: 11.04.2018) [in Russian].
2. Vlasenko, N.A., & Vlasenko, A.L. (2014). Ukrajins'kyj zhinochij kostjum – vazhlyvyj resurs kuljturno-piznaval'nogho turyzmu [Ukrainian women's costume is an important resource of cultural and cognitive tourism]. *Visnyk Kherson's'kogo nacional'nogho tekhnichnogho universytetu – Bulletin of Kherson National Technical University*. 4(51). 202-206. URL: [http://kntu.net.ua/ukr/content/download/39853/229558/file/Вестник_4\(51\)_2014.pdf](http://kntu.net.ua/ukr/content/download/39853/229558/file/Вестник_4(51)_2014.pdf) [in Ukrainian].
3. Davydova, V.V. (2001). Tipologiya kostyuma [Costume typology]. *Al'manakh «Studia culturae» – Almanac «Studia culturae»*. Issue 1, 1. 116-134. URL: <http://anthropology.ru/ru/text/davydova-vv/tipologiya-kostyuma> [in Russian].
4. Davydova, V. V. (2001). Kostyum kak fenomen kul'tury [Costume as a cultural phenomenon] Doctor's thesis. Saint Petersburg. URL: <https://www.dissercat.com/content/kostyum-kak-fenomen-kultury> [in Russian].
5. Ivanevych, L. A. (2013). Osoblyvosti klasyfikatsii skladovykh narodnoho kostiuma ukraintsiv Podillia XIX – pochatku XX stolittia. [Peculiarities of the classification of the components of the folk costume of Ukrainians of the Podillia of the XIX – the beginning of the XX century.] *Osvita, nauka i kultura na Podillya – Education, Science and Culture in the Podillya*. 20. 489-501. URL: <http://onkp.kpnu.edu.ua/article/viewFile/55079/51279> [in Ukrainian].
6. Kaiumova, R.F., & Pichuzhkina, T.D. (2017). Sovremennaia odezhda dlia lyzhnogo i aktivnogo otdykh [Modern clothes for skiing and outdoor activities]. Proceedings from New science: the history of formation, current state, development prospects: *Mezhdunarodnaia nauchno-prakticheskaia konferentsiia (8 apreliia 2017) – International Scientific and Practical Conference*. 15-18. Permian. URL: <https://os-russia.com/SBORNIKI/KON-179-1.pdf#page=15> [in Russian].
7. Kostyukova, Yu.A., Zakharova, A.S., Chagina, L.L. (2011). Osobennosti proektirovaniya teatral'nogo kostyuma [Theatrical costume design features]. *Vestnik of Kostroma state university*. 1(26). 35-37. URL: <https://studylib.ru/doc/3810580/osobennosti-proektirovaniya-teatral-nogo-kostyuma> [in Russian].
8. Kos'kov, M.A. (2014). *Estetika predmetnykh form* [Aesthetics of subject forms]. Saint Petersburg. URL: <https://docplayer.ru/63657286-Estetika-predmetnyh-form.html> [in Russian].
9. Mazaljewski, V. I. (2017). Maral'naje vyhavannje dzJaczej u muzejnaj prastory prydapamozje teatralizavanaj ekskursii [Moral education of children in the museum space prydapamozje theatrical tour]. *Bulletin of Belarusian State University of Culture and Arts: Theory, a technique and organization of welfare activity*. 2(28). 127-132. [in Belarusian].
10. Sachuk, T.V. (2017). Territorial'nyy marketing: teoriya i praktika [Territorial Marketing: Theory and Practice]. Moscow URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=556947&spec=1> [in Russian].
11. Sait TeksPraym: Gostinichnyy tekstil'. Postel'noe bel'ye. Makhrovye izdeliya. Restorannyy tekstil'. [Site TexPrime: Hotel textile. Linens. Terry products. Restaurant textiles]. URL: <http://www.texprime.net/article6.html> Last accessed: 19.01.2020) [in Russian].

12. Upine, A.M. (2011). Metodika formirovaniya tipologicheskikh struktur pri issledovanii zakonomernykh vzaimosvyazey v sisteme dizayna kostyuma [The methodology for the formation of typological structures in the study of regular relationships in the costume design system]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta – Vestnik of the Orenburg State University*, 9 (128), 78-81. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-formirovaniya-tipologicheskikh-struktur-pri-issledovanii-zakonomernykh-vzaimosvyazey-v-sisteme-dizayna-kostyuma> [in Russian].
13. Tsymbaliuk, O. (2008). Teatralni kostiumy-obrazy za narodnymi motivami: morfolohichniy aspekt (na prykladi robit Darii Zav'ialovoi) [Theatrical costumes-images based on folk motifs: morphological aspect (on the example of works by Dariya Zavyalova)]. *Ukrainske mystetstvoznavstvo: materialy, doslidzhennia, retsenzii – Ukrainian Art Studies: Materials, Research, Reviews*. 8. 152-157. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/16892/26-Tsymbalyuk.pdf?sequence=1> [in Ukrainian].
14. He, Y. N., & Zhang, L. (2013). Analyze on the Tourism Value of Traditional Costume Culture Resources in South Jiangsu District and the Development of Tourism Products. *Advanced Materials Research*. 821-822. 803-806. URL: <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMR.821-822.803> [in English].
15. Ma, L. (2013). Strategy Study on National Tourism Clothing Cultural of Guilin Region. *Applied Mechanics and Materials*. 411-414. 2335-2338. DOI: <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.411-414.2335> [in English].
16. Sarobol, A. (2014). Costume Development Model for Tourism Promotion in Mae Hong Son Province, Thailand. *SHS Web of Conferences, 4th International Conference on Tourism Research (4ICTR)*. 12. DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201053> [in English].
17. Yakymchuk, O., Yakymchuk, D., Kushevskiy, N., Chepelyuk, E., Koshevko, J., Myrhorodska, N., Dzyundzya, O., Burak, V. (2018). Prerequisites for the development of hydro-jet technology in designing women's headgear at hospitality establishments. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. Engineering technological system*. 1. 1 (91). 36-46. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2018.121507> [in English].
18. Yakymchuk, O., Yakymchuk, D., Kovalska, N., Shvets, I., Shvets, Y. (2018). Economic effect of hydro-jet forming womens headwear details of hospitality establishmenst. *Vlakna a Textil*. 25. 3. 84-88. URL: http://vat.ft.tul.cz/2018/3/VaT_2018_3_13.pdf [in English].
19. Yakymchuk, O.V., Yakymchuk, D.M., Myrhorodska, N.V. (2017). Innovative feminine Indian suit as an inspiration of clothes design of hospitality establishments: *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. (23). 139. 7-9. [in English] URL: <http://eKhSUIR.kspu.edu/handle/123456789/7742> [in English].

TYPOLOGY OF THE COSTUME FOR THE RECREATIONAL AND TOURISMARTEMENKO M.P.¹, CHEPELYUK O.V.¹, KOLOSNIHENKO M.V.²¹*Kherson National Technical University*²*Kyiv National University of Technologies and Design*

Purpose. The aim of the research is to develop a typology of costume for the recreational and tourism sector and to determine the specifics of its design as a means of increasing the attractiveness of events and the formation of the tourist image of the region.

Methodology. The article uses typological and comparative-descriptive methods in identifying the characteristics of costumes used in the recreational and tourist sector and their classification according to the nature of contact with a tourist, purpose and other characteristics. The complex use of functional, ergonomic, figurative-stylistic analysis methods allowed to determine the specifics of the design design of the studied clothing.

Results. Costume design is considered as a means of increasing attraction and developing the recreational and tourist sphere. The main specific typological costume groups for this industry were identified and a structural-logical classification scheme was built according to the nature of the contact with the tourist/recreant, purpose, the ratio of utilitarian and artistic and aesthetic principles, the method of transmitting information about the tourist region/event and the type of creative source used. The specifics of designing a suit from the standpoint of aesthetic and ergonomic characteristics is determined.

Scientific novelty. The scientific novelty of the work lies in the fact that for the first time the role of the costume in the field of tourism and recreation is updated, the development of which is one of the priority areas for the development of the economy of Ukraine as a whole and its areas. In addition, the types of costume in the recreational and tourist sphere were first identified and systematized and the features of its design were highlighted.

Practical significance. The results obtained will allow us to optimize the process of conscious design and improve the quality of

ТИПОЛОГИЯ КОСТЮМА ДЛЯ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫАРТЕМЕНКО М.П.¹, ЧЕПЕЛЮК Е.В.¹, КОЛОСНИЧЕНКО М.В.²¹*Херсонский национальный технический университет*²*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

Цель. Целью исследования является разработка типологии костюма для рекреационно-туристической сферы и определение специфики его дизайн-проектирования как средства повышения attractiveness мероприятий и формирования туристического имиджа региона.

Методика. В статье применены типологический и сравнительно-описательный методы при выявлении характеристик костюмов, используемых в рекреационно-туристической сфере и их классификации по характеру взаимодействия с туристом, назначению и другим признакам. Комплексное использование методов функционального, эргономического, образно-стилистического анализа позволило очертить специфику дизайн-проектирования исследуемой одежды.

Результаты. Рассмотрен дизайн костюма как средство повышения аттракции и развития рекреационно-туристической сферы. Определены основные специфические типологические группы костюма для данной отрасли и построено структурно-логическую классификационную схему по характеру взаимодействия с туристом/рекреантом, назначению, приоритету функциональных и эстетических принципов, способу передачи информации о туристическом регионе/мероприятии и по виду используемого творческого первоисточника. Определена специфика проектирования костюма с позиции эстетических и эргономических характеристик.

Научная новизна. Научная новизна работы заключается в том, что впервые актуализирована роль костюма в сфере туризма и рекреации, развитие которой является одним из приоритетных направлений развития экономики Украины в целом и ее областей. Кроме того впервые определены и систематизированы типы костюма в рекреационно-туристической сфере и выделены особенности его дизайн-проектирования.

Практическая значимость. Полученные результаты позволят оптимизировать процесс проектирования и повысить качество художественно-образных

the art-shaped solutions of the costume in the recreational and tourism sector. It is also advisable to use the results of the study in the preparation of lecture courses in the educational process in the preparation of design specialists of various educational qualification levels.

Keywords: *costume design, recreation, tourism, attraction, costume typology, design of clothes.*

решений костюма в рекреационно-туристической сфере. Результаты исследования также целесообразно использовать в подготовке лекционных курсов в учебном процессе при подготовке специалистов дизайнеров разных образовательно-квалификационных уровней.

Ключевые слова: *дизайн костюма, рекреация, туризм, аттракция, типология костюма, дизайн-проектирование одежды.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Артеменко Марія Павлівна, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри дизайну, Херсонський національний технічний університет, ORCID 0000-0002-8957-5403, Scopus 57202603385, **e-mail:** marikomash@gmail.com

Чепелюк Олена Валеріївна, д-р техн. наук, професор, завідувач кафедри дизайну, Херсонський національний технічний університет, ORCID 0000-0003-1677-5137, Scopus 23479446100, **e-mail:** elenachepelyuk@gmail.com

Колосніченко Марина Вікторівна, д-р техн. наук, професор, декан факультету дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-0020-3214, Scopus 24076493500, **e-mail:** kolosnichenko.mv@knutd.edu.ua

Цитування за ДСТУ: Артеменко М. П., Чепелюк О. В., Колосніченко М. В. Типологія костюма для рекреаційно-туристичної сфери. *Art and design*. 2020. №1. С. 41-56

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2020.1.3>

Citation APA: Artemenko, M.P., Chepelyuk, O.V., Kolosnichenko, M.V. (2020) Typology of the costume for the recreational and tourism. *Art and design*. 1. 41-56