

УДК 685.341.83

Безсмертна Т.В., кандидат технічних наук,

Василевська В.О., магістр

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЕСТЕТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ НА ДИЗАЙН ЖІНОЧИХ КОЛЕКЦІЙ ВЗУТТЯ

Анотація: в статті досліджено вагомість естетичних показників на формування дизайну жіночого взуття сучасних українських колекцій. Розроблено дизайн колекції жіночих туфель повсякденного призначення в програмному середовищі *Crispin* з урахуванням вагомості естетичних показників при виборі моделі взуття.

Ключові слова: естетичні показники, дизайн взуття, емоційне враження.

Постановка проблеми. Створення сучасного дизайну взуття – це не просто розробка художнього образу, а складний процес, який враховує культурно-символічний, аксіологічний або ціннісний сенс виробу, історію походження, історію виникнення та його трансформацію протягом певного проміжку часу, знаковий зміст й відповідно емоційне враження.

Жорстка конкуренція на взуттєвому вітчизняному та закордонному ринках змушує виробників проводити цілеспрямований пошук нових ідей та створювати й удосконалювати дизайн та якість виробів.

Дизайн конструкції взуття характеризується певним комплексом властивостей, які відповідають групам показників якості. При виборі моделі, споживачі, як правило орієнтуються на змістову структуру виробу та емоційне враження.

Естетична цінність – відіграє особливу роль при проектуванні дизайну жіночого взуття, що виявляється в ситуації естетичного сприйняття жінкою, її емоційного враження при виборі й оцінки ступеня відповідності взуття естетичному ідеалу. Проте в промисловому дизайні, масового виробництва естетичні показники в більшості випадках уніфікуються, що призводить до узагальнення форм та конструкції дизайну взуття.

Тому, актуальним є дослідження та визначення вагомих естетичних показників при розробці дизайну жіночого взуття, враховуючи соціально-культурні вподобання сучасних українських панянок.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В роботах В.Х. Ліокумовича, Г.Г. Азгальдова, Л.М. Латишевою, Т.В. Ніколаєвою, Т.В. Козловою [1, 7, 8] досліджувалось питання естетичних властивостей та проблема художнього проектування взуття. Розроблено загальну класифікацію естетичних та функціональних властивостей взуття [1], в якій виділено дві основні класифікаційні групи естетичних показників: привабливість зовнішнього виду взуття та відповідність до споживчих, експлуатаційних вимог.

Аналіз нормативної бази, ГОСТ, ДСТУ [2,3] на модельне та повсякденне взуття, показав, що при оцінюванні якості естетичних показників, враховуються тільки три показники: силует, зовнішній вид та внутрішня обробка. Враховуючи, динаміку мінливості моди, вимоги споживачів та високу конкуренцію, постає питання актуальності досліджень оцінки та вдосконалення показників якості виробів із шкіри.

Так, в роботі, [4], зроблено спробу щодо удосконалення номенклатури показників якості взуття за допомогою експертного методу. Проте в розробленій номенклатурі, та діючих нормативних документах, естетичні показники не відображають загальні відомості показників якості дизайну виробу щодо привабливості виробу з точки зору споживача.

В дослідженнях Косенком Д. Ю. [5] проведено аналіз проблеми внутрішньої художньої єдності об'єктів дизайну, що проявляється на практиці у невідповідності між формою та кольором. Це створює додаткові дискурси, щодо номенклатури естетичних показників, які відображають чуттєво-емоційне враження форми на соціальну цінність виробів.

Аналіз наукових робіт дозволив виділити основні групи показників та властивостей взуття. Серед яких, важливу роль в емоційному сприйнятті відіграють естетичні показники через форму, колір, фактуру матеріалів та композиційне рішення.

Формування цілей статті. Метою є визначення естетичних показників, які формують емоційне враження при виборі дизайну моделі жіночого взуття й відповідно впливають на попит.

Основна частина. Дане дослідження сприяє підвищенню теоретичних знань та практичних навиків дизайнерів-модельєрів взуття.

До основних факторів, що впливають на емоційне враження є онтологічний рівень, настроїв, соціальний та культурний рівень особистості. Естетичні показники характеризують різноманітні естетичні властивості

продукції: виразність, гармонійність, цілісність, відповідність середовищу і стилю, колористичне оформлення тощо.

Естетичні показники в цілому можна віднести до соціальних характеристик, що виражають суспільну цінність виготовленої продукції. Загальні естетичні властивості готових виробів є комплексними і включають чотири підгрупи властивостей:

- показники раціональності форми – характеризуються функціональними показниками (зручність та комфортність при експлуатації) та показниками призначення (модельне взуття, спортивне, повсякденне; для відпочинку тощо)

- показники інформаційної виразності – характеризуються показниками: оригінальність; відповідність моді; стильова відповідність.

- показники цілісності композиції характеризуються цілісністю композиції: організованість об'ємно-просторової структури; пластичністю; графічним оформленням форми та елементів деталей; контуром ліній деталей (прямі лінії, лінії з постійним радіусом кривизни, ліній зі змінним радіусом кривизни).

- показники досконалості виробничого виконання - чистота виконання з'єднань окремих деталей виробу; ретельність покриття і обробки поверхонь; чіткість виконання фірмових знаків, знаків відповідності тощо. [6]

Загальну схему естетичних показників, які впливають на дизайн жіночого взуття, представлено на рис. 1



Рис. 1. Структурна схема естетичних показників

Оцінювання естетичних показників проведено методом експертів – апріорного ранжирування чинників [6].

На першому етапі, було розроблено анкету ранжирування естетичних показників, які впливають на емоційне сприйняття дизайну колекції жіночого взуття. А саме: форма взуття та стиль; колір; вид та фактура матеріалу; графічне оформлення – вид та характер ліній; декоративні елементи та якість виготовлення взуття (табл.1.).

Ранжирування чинників проведено в порядку зменшення їх значущості. Найбільш значущому чинникові присвоєно ранг одиницю ($R=1$), а на далі в залежності від місця рангу ($R = n$, де n – число за місцем чинника, що обговорюється). В випадку, коли декілька показників вважаються рівноцінними по значущості, то їм присвоєно однакові ранги, але їх сума відповідає сумі місць при послідовному розміщенні.

Таблиця 1.

Анкета, щодо апріорного ранжирування естетичних показників, що впливають на вибір дизайну повсякденного жіночого взуття українським споживачем

Позначення показників	Назва чинників	Додаткова інформація	Ранг
X1	Форма взуття, стиль	Форма носкової частини; форма каблука; відповідність тенденціям моди	
X2	Колір	Всіх деталей	
X3	Фактура матеріалу	Матова, глянцева, гладка-ворсова тощо.	
X4	Графічне оформлення – вид та характер ліній	Контур ліній деталей (прямі лінії, лінії з постійним радіусом кривизни, ліній зі змінним радіусом кривизни), їх розміщення, цілісність, пластичність;	
X5	Декоративні елементи або їхня відсутність	Декоративні строчки, канти, відвороти, пряжки, вишивка, орнамент, перфорація, ремні, банти та інші різноманітні прикраси.	
X6	Якість виготовленого взуття	Однакова відстань між строчками, однаковий колір півпар, якість обробки взуття.	

В результаті апріорного ранжирування естетичних показників було отримано результати, щодо рангів чинників, які впливають на вибір дизайну повсякденного взуття українським споживачем (табл.2).

Матриця рангів естетичних чинників, що впливають на вибір дизайну повсякденного жіночого взуття українським споживачем

Шифр експерта	Чинники (к=6)						Сума рангів по кожному експерту	Середня сума рангів
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	(R _{sj})	(T _j)
1	1	2	4	5	3	6	21	-
2	1	2	3	4	6	5	21	-
3	1	5	2	3	4	6	21	-
4	2	3	4	6	5	1	21	-
5	1	2	6	5	3	4	21	-
6	6	1	5	4	2	3	21	-
7	3	1	4	5	2	6	21	-
8	4	3	5	2	1	6	21	-
9	1	2	3	4	5	6	21	-
10	1	3	2	5	6	4	21	-
11	1	2	3	6	4	5	21	-
12	2	6	1	3	5	4	21	-
13	2	4	1	6	5	3	21	-
14	2	3	1	4	6	5	21	-
15	1	2	4	6	3	5	21	-
Сума рангів показників S _i)	29	41	48	68	60	69	315	52,5
Відхилення (Δ _i) ²	552,2	132,2	20,2	240,2	56,2	272,2		

В результаті обробки матриці рангів за анкетними даними експертів, визначено ступінь узгодженості думок всіх експертів, за допомогою коефіцієнта конкордації (ω), який розраховано за формулою :

$$\omega = \frac{12S}{m^2(k^3 - k) - m \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^u (t_j^3 - t_j)} \quad (1)$$

де, t_j – кількість однакових рангів у j -го експерта; u – кількість рангів з однаковими оцінками у j -го експерта; k - кількість чинників; m - кількість експертів ; S – сума квадратів відхилень.

Коефіцієнт узгодженості думок всіх експертів який склав $\omega = 0,32$, значущість якого підтверджено критерієм Пірсона, з імовірністю не менше

0,95, що підтверджує існуючий суттєвий зв'язок між думками експертів.

Оскільки, табличне значення критерію Пірсона більше за розрахункове, $\chi^2 > \chi^2_{табл}$, $24,26 > 11,07$.

Для оцінки рангів естетичних показників було розраховано коефіцієнт вагомості кожного чинника та встановлено суттєво значимі для яких виконується умова $i > \frac{1}{k} = 0.1667$

В результаті дослідження було встановлено, що до вагомих чинників при виборі дизайну жіночого взуття становить: форма та стиль взуття ($j_i = 0,27$); колір виробу (взуття) ($j_i = 0,22$) та фактура матеріалу ($j_i = 0,19$).

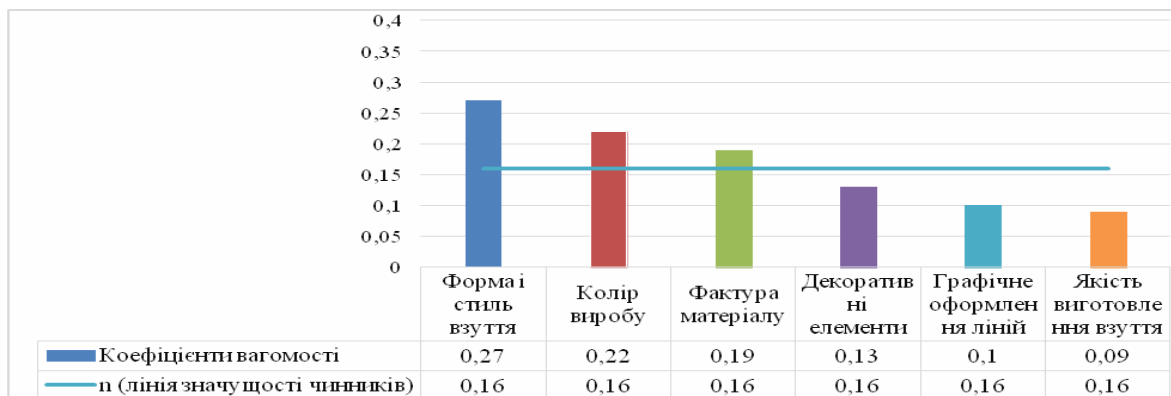


Рис.2. Діаграма рангів естетичних показників, що впливають на вибір дизайну повсякденного жіночого взуття українського споживача

В результаті отриманих результатів дослідження, було розроблено дизайн колекції жіночих туфель в програмному середовищі Crispin, акцентуючи увагу на формі, кольорі та фактурі матеріалів (рис. 3).



Рис.3. Розроблений дизайн колекції жіночих туфель, враховуючи вагомість естетичних показників взуття в програмному середовищі Crispin

Висновки. За даними дослідження, визначено вагомість естетичних показників при виборі моделей жіночого взуття, а саме : форма, стиль взуття,

колір та фактура матеріалу. Підтверджено гіпотезу, щодо впливу естетичних показників на формування попиту через емоційне враження від дизайну виробів.

Перспективи подальших досліджень Результати даного опитування є базою для подальших досліджень щодо визначення залежності між кольором, формою та декором на вибір моделей жіночого взуття.

Література

1. Козлова Т.В. Основы художественного проектирования изделий из кожи / Козлова Т.В. – М. : «Легпромбытиздат», 1987. – 284 с.
2. ДСТУ 19116. Взуття модельне. Технічні умови.
3. ДСТУ 26167. Взуття повсякденне. Технічні умови.
4. Шаповал М.І., Колиушко. Удосконалення номенклатури показників якості взуття за допомогою експертного методу./ Шаповал М.І., Колиушко. – К. : Легка промисловість, 2001. Вип. №2, – 63 с.
5. Косенко Д.Ю. Проблема відповідності форми та кольору об'єктів дизайну / Технічна естетика і дизайн: Міжвідомчий науково-технічний збірник. Випуск 6. Відп. редактор М.І.Яковлев. – К.: Віпол, 2009. – с. 162-166.
6. Круглов И.И, Круглова Н.Ю., Лебедева Г.Н. Стандартизация и управление качеством продукции в легкой промышленности. / Круглов И.И, Круглова Н.Ю., Лебедева Г.Н – М.: Легпромбытиздат, 1991. – 256с.
7. Латышева Л.Н. Прогнозирование форм обуви на основе комплексного анализа эволюции костюма. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата технических наук – К.: Віпол, 1983. – 19 с.
8. Лиокумович В.Х. О классификации свойств обуви и оценки ее качества / Лиокумович В.Х., Азгальдов Т.Т. // – К.: КОП, 1975 . - №1. - С.14-16 .

Анотация

Бессмертная Т.В., Василевская В.А. Исследование влияния эстетических показателей на дизайн женской коллекции обуви. В статье исследовано влияние эстетических показателей на создание дизайна женской обуви современных украинских коллекциях. Разработан дизайн коллекций женских туфель повседневного назначения в программной среде Crispin с учетом весомости эстетических показателей при выборе обуви.

Ключевые слова: эстетические показатели, дизайн обуви, эмоциональное впечатление.

Abstract

Bezsmernna T.V., Vasylevska V. Study of influence aesthetic indexes on the female shoes design. The article contains the analysis of footwear aesthetic indexes on the design Ukrainian women's shoes collections. Developed design collection of women's casual shoes with the help of Crispin design including the substantial aesthetic parameters that influence on the consumer behavior

Keywords: aesthetic indexes, shoe design, emotional impression.