

УДК 687.016

**РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ИДЕНТИФИКАЦИИ ГЕНДЕРНЫХ
ПРИЗНАКОВ В КОСТЮМЕ**

**DEVELOPMENT OF THE METHODS
OF GENDER FEATURES IDENTIFICATION IN CLOTHES**

Е.В.МАКСИМОВА, В.Е.КУЗЬМИЧЕВ
E.V. MAKSIMOVA, V.E. KUZMICHEV

(Ивановская государственная текстильная академия)
(Ivanovo State Textile Academy)
E-mail: el-maximova@yandex.ru

Разработана методика идентификации признаков в гендерно-ориентированных системах "фигура-одежда", основанная на анализе женских и мужских стереотипных черт. Предложен новый подход к анализу моделей одежды, содержащих скрытую или явную визуальную гендерную информацию. Показано использование методики для анализа женской

и мужской коллекций Calvin Klein (SS 2011) и выявления фемининных, маскулинных и андрогинных черт.

The method of identification of the features in gender-oriented systems "body-clothes", based on the analysis of female and male stereotype features, has been developed. The new approach to the analysis of clothes models containing hidden or evident visual gender information has been offered. Use of the methods for analysis of female and male Calvin Klein (SS 2011) collections and revealing of feminine, masculine and androgynous features has been demonstrated.

Ключевые слова: дизайн-проектирование, одежда, гендер, идентификация, визуальный анализ, эстетика, фемининность, маскулинность, андрогинность.

Keywords: design, clothes, gender, identification, visual analysis, aesthetics, femininity, masculinity, androgyny.

Процесс дизайн-проектирования одежды – это интеллектуально насыщенный вид деятельности, близкий к искусству, результатом которого является эстетика внешнего вида одежды. Актуальной проблемой оптимизации работы дизайнера является формализация творческих этапов проектирования, которая позволит ускорить разработку модных моделей одежды, научно обосновать и согласовать видение дизайнером эстетики модного образа, с одной стороны, и ожидания потребителей – с другой стороны. Творческая направленность этапа создания эскиза одежды определяет его междисциплинарную принадлежность как объекта исследования, дает обоснование использованию комплексных методов, разработанных на теоретической базе различных областей научного знания.

Нами предложен гендерный подход к проблеме дизайн-проектирования, при котором модели одежды рассматриваются как гендерно-ориентированные объекты. Научно обоснованные рекомендации по гендерному проектированию систем "фигура-одежда" необходимы для дизайнеров, которые, зачастую не задумываясь, закладывают в проектную модель явную или скрытую информацию о гендере – "социальном поле, поле как продукте культуры" [1]. Гендерная тема широко представлена в зарубежных научных статьях К.Е.Тайнер, М.Р.Делонг, Дж.Парк,

Дж.Е.Вокмен и др., посвященных проектированию одежды и гендерным аспектам визуализации образа. В публикациях доказано, что гендерные особенности и элементы дизайна оказывают сильное влияние на эстетические качества и конкурентоспособность моделей одежды.

Цель исследования – разработка методики, с помощью которой можно распознать скрытые или явные черты противоположной гендерной группы в системах "фигура-одежда" и "коллекция моделей". В основу методики положены взаимосвязи между особенностями художественно-конструктивного решения моделей одежды и явной или скрытой образной информацией в виде знаков, символов, которые они несут в себе. Параметризация осуществляется с помощью комплексного показателя визуальной гендерности и гендерно-выраженных признаков, определяющих эстетику гендерного образа и конструктивные особенности одежды.

На первом этапе была создана номенклатура признаков для идентификации гендерно-ориентированных качеств моделей одежды, необходимая для проведения исследований. На основании теории моды и проектирования одежды [2...4], а также положений гендерной психологии [1] были выделены 15 признаков, относящиеся к объектам проектирования и качественно характеризующие их (табл.1).

Таблица 1

№ п/п	Название признака	Среднее арифметическое рангов	Итоговый ранг по среднему арифметическому	Медианы рангов	Итоговый ранг по медианам
1	Силуэт	1,93	1	1	1
2	Цвет	2,30	2	2	2
3	Пропорции	4,33	3	4	3,5
4	Рисунок	4,37	4	4	3,5
5	Площадь проекции формы	5,47	5	4,5	5
6	Форма деталей	6,30	6	6,5	6
7	Фактура, структура	7,83	7	7,5	7
8	Ассортимент	8,53	8	8,5	8
9	Пластика формы	9,23	9	9	9
10	Отделка, фурнитура	9,73	10	10	10
11	Пластичность	10,57	11	11	11
12	Эмоциональность	11,27	12	11,5	12
13	Цель, назначение	12,40	13	13	13
14	Агрессивность	12,43	14	13,5	14
15	Оригинальность	13,13	15	14	15

Для проверки значимости признаков был проведен опрос в группе из 30 дизайнеров. Эксперты, кроме профессиональных навыков по художественному проектированию и конструированию одежды, также обладали знаниями основ теории гендеров и психологии восприятия после изучения специального теоретического курса.

Экспертные оценки обработаны методами математической статистики. Значимость различий между мнениями экспертов относительно весомости признаков оценивалась методом рангового дисперсионного анализа Фридмана [2]. Поскольку согласованность мнений необходимо было определить в ранжировках большого числа экспертов, то для определения тесноты связи рассчитывали коэффициент конкордации – общий коэффициент ранговой корреляции для группы [5], [6]. Данные были обработаны в программе STATISTICA (Ранговый ДА и конкордация Кендалла: ДА хи-кв.(N = 30, сс = 14) = 287,7459; $p < 0,00000$; Коэфф. конкордации = 0,68511; Средний ранг $r = 0,67425$). Полученные результаты говорят о том, что между признаками имеются высокозначимые различия; согласованность мнений экспертов неслучайная, и данная экспертная группа может быть принята за основу для экспертной оценки. Результаты сведенных вместе мнений экспертов –

среднее арифметическое рангов и медианы рангов – приведены в табл. 1.

Сравнение ранжировок признаков по методу средних арифметических и методу медиан показывает их близость, расхождение в итоговых рангах признаков "пропорции" и "рисунок" не представляется существенным, так как не нарушает общее упорядочивание. Во втором случае (метод медиан) эти пары признаков имеют смежные ранги в системе, обладают одинаковой весомостью. Таким образом, в результате агрегирования мнений экспертов нами был сформирован общий рейтинг весомости гендерно-выраженных признаков.

Для подтверждения значимости номенклатурных признаков была проведена проверка частоты встречаемости заимствованных признаков в выборке из 1704 моделей одежды (803 женских и 901 мужская модель). Выборка была сформирована из 40 коллекций сезона "Весна-Лето 2011" ведущих Домов моды: Alexander Mc Queen, Balenciaga, Christian Dior, Gianfranco Ferré, Giorgio Armani, Givenchy, Gucci, Hermès, Issey Miyake, Jean Paul Gaultier, Jil Sander, John Galliano, Junya Watanabe, Louis Vuitton, Mark Jacobs, Marni, Prada, Roberto Cavalli, Versace, Yohji Yamamoto. В табл. 2 представлены показатели частоты встречаемости гендерно-ориентированных признаков.

№ пп	Наименование признака	Частота встречаемости признаков противоположного гендера, %	
		в моделях женской одежды	в моделях мужской одежды
1	Цвет	49	43
2	Рисунок	52	18
3	Фактура, структура	29	29
4	Пластичность	30	27
5	Отделка, фурнитура	47	16
6	Силуэт	37	18
7	Пропорции	13	11
8	Площадь проекции формы	14	15
9	Пластика формы	29	19
10	Форма деталей	34	12
11	Ассортимент	26	8
12	Агрессивность	31	23
13	Эмоциональность	31	21
14	Оригинальность	18	42
15	Цель, назначение	12	67

Результаты исследования показали, что заимствование черт в мужской и женской одежде имеет выраженный характер, выявляется в большинстве коллекций по нескольким признакам. Значения показывают, за счет каких именно признаков достигается трендовый имиджевый эффект, какие признаки определяют в результате гендерную стратегию проектирования, выбранную дизайнером, визуализируют ее. Из табл.2 видно, что в целом заимствование цвета характерно для мужской и женской одежды в равной степени, а стереотипно-женский рисунок, элементы отделки, силуэт, пластика формы намного реже встречаются в мужской одежде, чем эти же признаки в стереотипно-мужском прочтении в женской одежде. Заимствование женских черт в мужской одежде происходит не по таким весомым признакам, как силуэт или форма деталей (см.табл.1, №№ 1,6), а по второстепенным – назначение одежды, оригинальность, эмоциональность (см.табл.1, №№ 12...15). Частота встречаемости заимствованных признаков количественно подтверждает гипотезу, что модные тенденции, отражающие кризис мужественности/женственности в обществе, объективно присутствуют на мировом подиуме.

Следующим этапом работы явилось создание формального аппарата для количественной оценки качественных призна-

ков системы "фигура-одежда" с использованием метода семантического дифференциала (МСД) Ч.Осгуда [7]. Широко известный в психологии и социологии, МСД редко используется в исследованиях проектной деятельности дизайнера. На наш взгляд, этот метод может оказаться весьма информативным для изучения восприятия потребителем гендерных образов объектов дизайн-проектирования, так как особенностями МСД являются отсутствие прямых характеристик у оцениваемого объекта и подсознательное оценивание, основанное на эмоциональном впечатлении. Система личных эстетических и этических установок эксперта по отношению к дизайну одежды обнаруживается в его оценочных суждениях. Образы объектов в семантическом пространстве занимают вполне определенное специфическое положение. Анализируя расположение объектов, можно сделать выводы о близости гендерных образов исследуемых моделей одежды. Каждый признак оценивается полярными определениями, характеризующими понятия "стереотип мужская одежда" и "стереотип женская одежда".

Эксперты анализировали модели по предложенному алгоритму действий: 1) оцените близость каждой модели к признаку из левого или правого столбца таблицы; 2) оцените меру, степень выраженности выбранного Вами признака в баллах

(1 или -1 – признак выражен в незначительной степени; 2 или -2 – признак выражен в средней степени; 3 или -3 – признак выражен в сильной степени; 0 – если затрудняетесь отнести к данной модели

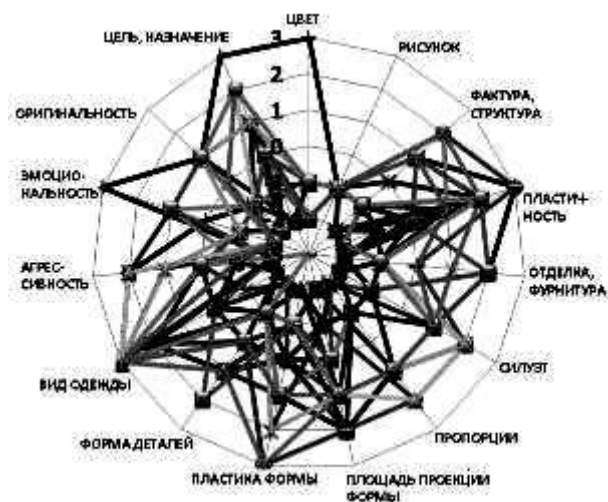


Рис. 1

В качестве примера была исследована женская коллекция Calvin Klein (SS 2011), 34 модели. На рис. 1 и 2 представлены графические модели исследования систем "коллекция моделей" и "фигура-одежда", полученные после обработки анкет 20 экспертов. На рис. 1 приведена графическая модель гендерно-ориентированной системы "коллекция моделей" – 34 профиля систем "фигура-одежда". Диаграмма построена по значениям 15 признаков, каждому из которых соответствует точка на отдельной шкале. Чем ближе точка к центру окружности, тем больше признак выражен по мужскому стереотипу; чем ближе к краю, тем больше выражены женские стереотипные черты. На рис.2 приведены графические модели гендерной идентичности образа систем "фигура-одежда".

Диаграммы построены для отдельных моделей, гендерный образ которых идентифицирован по параметру визуальной гендерности (три типа). Чем больше площадь фигуры, ограниченной профилем признаков, тем больше в системе "фигура-одежда" женских черт; чем меньше площадь, тем сильнее выражены мужские черты в дизайне. Оси, по которым откладывали значение признака – биполярные шка-

оба признака). Для всех 15 признаков использованы семибалльные двухполюсные шкалы, отражающие семь градаций степени присутствия признака в модели.



Рис. 2

лы, центр окружности – значение "-3", точки на диаметре – значения "3". Характер профиля модели №20 наиболее контрастен по перепадам высот углов, что говорит о сочетании в модели ярко выраженных мужских и женских элементов дизайна. Для идентификации гендерного образа в одежде необходимо найти соотношение признаков системы "фигура-одежда", выраженных по маскулинному (значения в интервале от -3 до 0) или фемининному типу (значения в интервале от 0 до 3). Чем ближе значение признака к 0, тем слабее в образе отражена гендерная идентичность. Если значение параметра визуальной гендерности (ВГ) находится в данных интервалах, то в дизайне преобладает выраженность признаков по одному из этих типов и гендерный образ соответственно является маскулинным или фемининным. Если значение параметра ВГ (среднее арифметическое показателей 15 признаков) принадлежит интервалу от -1 до 1, то модель является андрогинной – черты обеих гендерных групп явно выражены (стиль GENDERFUL) или, наоборот, слабо определяются (стиль UNISEX). Модель №20 андрогинна по дизайну (ВГ= -0,7), модель №7 визуализирует фемининность

(ВГ= 0,93), а модель №22 – маскулинность (ВГ= -1,53). В целом для коллекции Calvin Klein параметр ВГ= -0,18, значит в ней визуально закодирована информация об андрогинности. Состав коллекции на 85% определяют андрогинные модели, на 12% – маскулинные модели, на 3% – фемининные модели.

Таким образом, разработанная методика позволяет оценить признаки, выраженные в моделях одежды, по заданным шкалам в соответствии с разработанной градацией значений, идентифицировать систему "фигура-одежда" по одному из трех типов идентичности гендерного образа. Полученные научные результаты могут быть использованы для более точного выполнения проектной задачи и достижения прогнозируемого имиджевого эффекта.

ВЫВОДЫ

1. Разработана методика идентификации гендерных признаков в системах "фигура-одежда", определяющих тип гендерного образа по параметру визуальной гендерности на основе сформированной номенклатуры и классификационной типологии показателей.

2. С помощью предложенной методики установлено, что в женской коллекции

Calvin Klein (SS 2011) преобладают андрогинные по гендерному образу модели одежды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бендас Т.В. Гендерная психология: Учеб. пособие для студ. вузов. – СПб.: Питер, 2006.
2. Козлова Т.В. Костюм. Теория художественного проектирования: Учебник для вузов. – М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2005.
3. Петушкова Г.И. Проектирование костюма: учебник для ВУЗов. – М.: Издательский центр "Академия", 2004.
4. Кузьмичев В.Е. Художественно-конструктивный анализ и проектирование системы "фигура-одежда": Учебное пособие. – Иваново: ИГТА, 2010.
5. Вуколов Э.А. Основы статистического анализа. Практикум по статистическим методам и исследованию операций с использованием пакетов STATISTICA и EXCEL: Учеб. пособие для студ. вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Форум, 2008.
6. Шмойлова Р.А. Практикум по теории статистики: Учеб. пособие для студ. вузов. – М.: Финансы и статистика, 2003.
7. Осгуд Ч., Суси Дж., Танненбаум П. Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам // Семиотика и искусствометрия / Под ред. Ю.М.Лотмана, В.М.Петрова. – М.: Мир, 1972.

Рекомендована кафедрой конструирования швейных изделий. Поступила 01.06.12.