

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ

---

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ  
КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ



МИСТЕЦТВОЗНАВЧІ  
ЗАПИСКИ



---

КИЇВ

ISSN 2226-2180

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ  
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

# **МИСТЕЦТВОЗНАВЧІ ЗАПИСКИ**

*Випуск 23*

Київ – 2013

**Редколегія:**

- ШУЛЬГІНА В. Д.** – доктор мистецтвознавства, професор (НАКККіМ) – *голова редколегії*
- РОМАНЕНКОВА Ю. В.** – доктор мистецтвознавства, професор (НАКККіМ) – *заступник голови редколегії*
- РЕДЯ В. Я.** – доктор мистецтвознавства, професор (НАКККіМ) – *головний редактор*
- БІТАСВ В. А.** – доктор філософських наук, професор, член-кореспондент Національної академії мистецтв України
- ЄСИШЕНКО Р. М.** – доктор історичних наук, професор (НАКККіМ)
- ЖИРНОВ А. Д.** – кандидат сільськогосподарських наук, доцент (НАКККіМ)
- ЗОСІМ О. Л.** – кандидат мистецтвознавства, доцент (НАКККіМ)
- ЛИННИК М. П.** – кандидат мистецтвознавства, доцент (НАКККіМ)
- МАРКОВА О. М.** – доктор мистецтвознавства, професор
- МІЛЕНЬКА Г. Д.** – кандидат мистецтвознавства, професор
- НЕМКОВИЧ О. М.** – доктор мистецтвознавства, старший науковий співробітник
- ПОГРЕБНЯК Г. П.** – кандидат мистецтвознавства, доцент (НАКККіМ)
- РЖЕВСЬКА М. Ю.** – доктор мистецтвознавства, професор (НАКККіМ)
- ФЕДОРУК О. К.** – доктор мистецтвознавства, професор, дійсний член Національної академії мистецтв України
- ЧЕКАН ІО. І.** – доктор мистецтвознавства, доцент
- ЧЕМБЕРЖІ М. І.** – професор, дійсний член Академії мистецтв України

*Затверджено постановою президії ВАК України від 10.02.2010 р. № 1-05/1 як фахове видання з мистецтвознавства (№ 114 у переліку)*

Друкується за рішенням Вченої ради  
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв  
протокол № 5 від 28 травня 2013 р.

**Редакція не завжди поділяє позиції авторів публікацій.  
Відповідальність за точність викладених фактів несе автор.**

Свідоцтво: КВ № 6113 від 29. 04. 2002 р.

© Національна академія керівних кадрів  
культури і мистецтв, 2013  
© Видавництво «Міленіум», 2013  
© Автори. 2013

## МИСТЕЦТВО ТЕАТРУ І КІНО

<i>Ванюга Л.С.</i>	Українсько-польський театральний діалог.....	97
<i>Грушецький Я.І.</i>	Поетика українського фольклору і народного театру ляльок як фактор оновлення художньої мови професійного театру ляльок України (остання чверть ХХ століття).....	104
<i>Архангородська А.В.</i>	Драматургічні функції кіномузики у фільмі «Мамай».....	111
<i>Безручко О.В.</i>	Ю.М. Терещенко: режисер документального кіно і педагог екранних мистецтв .....	116
<i>Полянський Т.В.</i>	Мюзикл як поліжанровий феномен музичного театру: історія та перспективи .....	122

## ПРОБЛЕМИ ПЛАСТИЧНОГО, УЖИТКОВОГО ТА ХОРЕОГРАФІЧНОГО МИСТЕЦТВА

<i>Кравченко Н.І.</i> <i>Бродченко О.Ю.</i>	Атрибуція ікони «Цвѣтоносіє» з церковної колекції храму Святого Стефана (м. Афіни, Греція) .....	128
<i>Лисенко-Ткачук І.В.</i>	Синтез мистецтв у сучасному міському середовищі (на прикладі Маріїнського архітектурного комплексу).....	133
<i>Чілікіна Н.О.</i>	Проблема виразності тіла (body) як джерела знакових кодів у когнітивній системі розпізнавання танцю .....	138

## ПИТАННЯ КУЛЬТУРОЛОГІЇ

<i>Северінова М.Ю.</i>	Філософсько-музикознавчі підходи до вивчення архетипів як «спів/буття» .....	145
<i>Радзієвський В.О.</i>	Молодіжні субкультури: до проблеми класифікації .....	153

<i>Тюрікова О.В.</i>	Український фольклор і сучасність: аксіологія збереженості (за матеріалами Донецького регіону).....	160
<i>Кротова Т.Ф.</i>	Формування ідентичності американської моди на межі ХІХ – ХХ століть .....	170
<i>Шандренко О.М.</i>	Комунікативні аспекти моди в контексті віртуальної реальності.....	177
<i>Книшева Л.В.</i>	Роль системи середньої професійної музичної освіти у культурній розбудові Донеччини .....	183

## КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ

<i>Ліва Н.В.</i>	Бардівські тенденції в музичній культурі романтизму ХІХ століття та рок-культурі.....	189
<i>Бадалов О.П.</i>	Діяльність студентських хорів у контексті розвитку академічного хорового виконавства Чернігівщини .....	196
<i>Чернета Т.О.</i>	Кобзарі і бандуристи у Катеринославському товаристві «Просвіта».....	202
<i>Доманська О.А.</i>	Сценічний простір сучасних арт-практик.....	209
<i>Порцев М.В.</i>	Джазове гітарне виконавство у пострадянському соціокультурному просторі: витоки, тенденції, перспективи.....	215

## ХРОНІКА ТА БІБЛІОГРАФІЯ

<i>Немцова Л.О.</i>	Хорові твори на вірші Івана Франка у фокусі музикознавчої думки .....	222
---------------------	---	-----

## Література

1. Архипова А.С. Фольклор на асфальте [Електронний ресурс] / А.С. Архипова, С.Ю. Неклюдов. – Режим доступу: <http://www.ruthenia.ru/folklore/publications.htm>
2. Богатырев П.Г. Активно-коллективные, пассивно-коллективные, продуктивные и непродуктивные этнографические факты // П.Г. Богатырев. Вопросы теории народного искусства. – М., 1971. – С. 384-386.
3. Гей, там на горі «Січ» іде!.. Пропам'ятна книга «Січей» / [Упор. П. Трильовський]. – К. : ВІПОЛ, 1993. – 432 с
4. Грица С.Й. Трансмiсія фольклорної традиції: Етномузикологічні розвідки. – Київ-Тернопіль: Астон, 2002. – 236 с.
5. Грица С. Й. Фольклор у просторі та часі: вибрані статті / С.Й. Грица. – Тернопіль : Астон, 2000. – 228 с.
6. Земцовский И.И. Народная музыка и современность (К проблеме определения фольклора) / И.И. Земцовский // Фольклор и современность. – М. : Музыка, 1977. – С. 28-75.
7. Земцовский И. О современном фольклоризме / И. Земцовский // Традиционный фольклор в современной художественной жизни. Фольклор и фольклоризм. – Л.: ЛПИТМиК им Н.К. Черкасова, 1984. – Вып. 1. – С. 4-15.
8. Мурзіна О. Сучасна українська етномузикологія в міжнародній презентації (за матеріалами 39-ї Всесвітньої конференції ICTM, Відень, 2007) / О. Мурзіна // Науковий вісник Національної музичної академії імені П. І. Чайковського. – Вип. 75: Композитор і сучасне соціокультурне середовище. – К. : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2009.
9. Неклюдов С.Ю. Несколько слов о «постфольклоре» [Електронний ресурс] / С.Ю. Неклюдов. – Режим доступу: <http://www.ruthenia.ru/folklore/publications.htm>
10. Неклюдов С.Ю. Устные традиции современного города: смена фольклорной парадигмы / С.Ю. Неклюдов. – Режим доступу: <http://www.ruthenia.ru/folklore/publications>

УДК 7.01 (06) (477.54)

**Кротова Тетяна Федорівна,**  
кандидат педагогічних наук, доцент  
кафедри образотворчого мистецтва та дизайну  
Київського університету ім. Бориса Грінченка

### **ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ АМЕРИКАНСЬКОЇ МОДИ НА МЕЖІ XIX – XX СТОЛІТЬ**

У статті досліджено фактори формування американської моди на межі XIX- XX ст.; охарактеризовані види чоловічого та жіночого одягу, виділено ознаки ділового стилю.

*Ключові слова.* американська мода, чоловічий і жіночий костюм, діловий стиль.

In this article the factors of American fashion at the turn of the XIX-XX centuries, characterized types of men's and women's clothing, marked signs of business style.

*Key words:* American fashion, men's and women's suits, business style.

Значимий вплив на раціоналізацію форм європейського костюма протягом XIX століть здійснила Англія, але у період кінця XIX – початку XX ст. особливим був вплив Америки, оскільки саме вона у цей період зайняла лідерські позиції в економіці. Діловий практичний стиль, який активно формується в одязі, займав домінуючі позиції в гардеробі політичної та бізнес-еліти, а також розповсюджувався серед середніх верств населення переважно як готовий одяг.

Вже в середині XIX ст. зв'язок з прогресивною лінією європейської художньої культури слабшає. Значно відійшли американці від наслідування французької

і британської традиції у розробці власного стилю в костюмі. У розвитку художніх смаків в одязі визначальну роль починає грати обмежена у своїх естетичних поглядах, але швидко зростаюча бізнес-еліта штатів Середнього Заходу. Слід, однак, констатувати, що американська мода зазначеного періоду є малодослідженим явищем в українському і російському мистецтвознавстві й костюмології.

Питання історії й практики створення костюма висвітлено у працях багатьох українських вчених: О. Лагоди, В. Радкевич, К. Стеценко, І. Удріс, О. Шевнюк, а також російських: І. Блохіної, Р. Захаржевської, Р. Кірсанової, Л. Орленко, Е. Плаксіної та ін. Однак питання американського ділового стилю майже не розглядалося науковцями. У зв'язку із зростанням комунікативних функцій моди у суспільстві детальний аналіз досвіду провідних країн світу є надзвичайно важливим для розуміння естетичних, образних і функціональних характеристики костюма. Отже, актуальність даної публікації обумовлюється визначенням впливу обставин економічного (розвиток підприємництва, бізнес-структур та корпорацій, розвиток масового виробництва), а також соціально-культурного характеру (розвиток телебачення, спорту, комерційного мистецтва та реклами) на формування стилю в одязі.

Метою даної статті є дослідження факторів ідентичності американської моди на межі XIX–XIX століть, визначення основних видів жіночого і чоловічого одягу, що відповідають ознакам ділового, практичного стилю в одязі.

Базовими джерелами для написання цієї роботи послуговували, здебільшого, американські видання, які вперше аналізуються на сторінках українських мистецтвознавчих видань, а також окремі живописні полотна з музейних колекцій США. Тенденції чоловічої моди на межі століть представлені в ілюстрованих виданнях Джона Дж. Мітчела Ко [5] та Лоуренса С. Катлера [6]; модний стандарт у жіночій моді визначали у цей період жіночі образи Чарльза Д. Гібсона, репрезентовані в ілюстрованій колекції «Дівчина Гібсона та її Америка: кращі роботи Чарльза Дани Гібсона» [8].

Події у світі моди перш за все пов'язані з подіями суспільно-політичного характеру, з явищами у культурному житті й мистецтві. Таму перш за все дамо стисло характеристику тому історичному підґрунтю, на тлі якого формувався новий спосіб життя і естетика модного костюма. Автори ґрунтового видання з історії Америки Д. Тіндалл та Д. Шай констатують такі показники прогресу у цей період: «Темпи перетворення Америки на промислово-аграрного гіганта наприкінці XIX ст. були просто разючими: ...населення країни зросло майже втричі, фермерське виробництво – більш ніж вдвічі, вартість мануфактур – ушестеро... Сполучені Штати стали структурованим, централізованим, індустріальним суспільством міського типу, що керувалося імперативами масового виробництва та споживання і бездоганної ефективності» [4, 450]. Проаналізувавши матеріал цієї книги, можна виділити головні чинники розвитку:

- вільне підприємницьке опанування природних ресурсів (родючі землі, ліси, руди різноманітних металів, золота, запаси вугілля і нафти);
- розвиток транспорту (залізнична мережа вже в середині XIX ст. була найдовшою у світі, за автомобілебудуванням Сполучені Штати також були на першому місці у світі);
- розвиток нових галузей промисловості (харчова, нафтопереробна, сталеливарна, хімічна, електромеханічна і машинобудівельна);
- виникнення бізнес-підприємств нового типу і корпорацій;

– розвиток менеджменту (саме у США ефективне управління людьми та іншими ресурсами фірм стало наукою – з’явилися школи менеджерів, вийшли ряд праць засновників теорії й практики менеджменту);

– численні винаходи та відкриття (з ім’ям Т. Едісона пов’язана поява у США електростанції, вдосконалення телефонного зв’язку, розвиток кінематографа та індустрії грамзапису; Г. Форд створив одну з найпотужніших автомобілебудівельних компаній; фотограф-любитель Дж. Істман заклав початок відомої компанії «Кодак»; продавець К. Жиллет – не менш відомої фірми безпечних бритв; аптекар Дж. Пембертон у 1886 р. приготував знаменитий рецепт кокаколи і т.д.).

З огляду на вище перелічені фактори, обсяги виробництва вимагали систем збуту, а відповідно, із збільшенням конкуренції фірм-виробників зростала потреба у прогресивній рекламі. Отже, розуміючи залежність зовнішнього образу людини, у тому числі форм костюма, від факторів соціально-економічного характеру можна стверджувати, що економічний підйом і прогрес викликає й відповідні зміни в одязі, утвердженні нового стилю.

Мистецтво цього періоду розвивається у душі реалізму, звичайно з європейськими рисами, оскільки художники, скульптори, архітектори вчилися переважно у європейських майстрів. Тим не менш, на межі ХІХ-ХХ ст. художнє життя Америки йде своїм шляхом, «...можливо тому, що вона зрештою зрозуміла, що не має повторювати чи копіювати Європу, а для того щоб завоювати авторитет, має створити щось своє, нове» [3, 113].

Щодо чоловічого стилю, то він, перш за все, мав втілювати ділові та підприємницькі якості, заявляти про свою причетність до усього, що є символом успіху і престижу. У період активного розвитку реклами художники, які пов’язували свою діяльність з комерцією, а також ілюстратори популярних і модних журналів мали на читацьку аудиторію величезний вплив. Як у наш час візуальна інформація щодо модних товарів сприймається через телебачення і рекламні носії, так у цей період споживач знаходив для себе свій стиль через перо талановитих ілюстраторів.

Ілюстроване видання Ж. Друседова та Джона Дж. Мітчела Ко [5] представляє понад сто ілюстрацій різноманітних видів одягу, котрий носили модно вдягнені американські чоловіки на початку 1900-х рр. Костюм нараховує більше двадцяти варіантів, залежно від призначення і пори року. В останні тридцять років ХІХ ст. фрак із повсякденного одягу стає виключно вечірнім туалетом, аксесуарами до нього, як і раніше, є краватка-метелик, перчатки, тростина, циліндр. Фрак і брюки виконувалися з однієї тканини, переважно чорного кольору, брюки декорувалися тасьмою по зовнішніх бокових швах. Під фрак вдягали білий жилет і білу сорочку. Зовнішня сторона коміру-шалки або англійського була шовковою. Жилети носили одно- або двобортні, з гудзиками і додатковою петлицею для ланцюжка годинника; спинка виконувалася з підкладкової тканини і мала ремінець з пряжкою для підгонки за фігурою.

У повсякденному насінні у цей період остаточно місце займав костюм у комбінаціях – піджачна пара (піджак і брюки) і трійка (піджак, жилет, брюки). Серед піджачних костюмів можемо виділити діловий та неофіційний костюм. Одно- або двобортні піджаки і піджачні пари стали домінуючим видом ділового стилю і залишаються такими і у наш час. Спочатку піджаки мали високу застібку, шлицу на спині, розрізи з гудзиками на зап’ястях; кишені з клапанами розташовані на рівні стегон; на груді – прорізна кишеня з листочкою. Піджаки



більш вільного покрою з розширеним плечем, довшими лацканами і застібною нижче з'явилися приблизно у 1910-х роках

Для урочистих подій слугував сюртук з якісного сукна чорного або темних кольорів, котрий носили с жилетом такого ж кольору або світліших. На спинці шви переходили у складки, над ними пришивалися гудзики. На рукавах сюртука були також розрізи з гудзиками. Брюки до сюртука могли бути як з тієї ж тканини, так і з іншої, у вузьку смужку або клітинку. Доповнювався сюртук циліндром, шкіряними печатками, тростиною.

До гардеробу ділового одягу у цей період входить візитка, яка за довжиною схожа з сюртуком, а за пластичною лінією фалд, що видовжуються до рівня колінного вигину ззаду, наслідує силует фракa. Однобортні візитки носили з брюками у смужку, з жилетом, який відрізнявся за кольором; приблизно у 1906р. візитку стали застібати на один гудзик. До нашого часу візитка не зазнала суттєвих змін у крої, мінялася ширина лацканів, скоротилася довжина.

Велику популярність завойовує костюм у клубах для паління – смокінг, котрий згодом стає одягом для урочистих подій. Від звичайного піджака його відрізняють шовкові або атласні лацкани. До нього носили брюки з шовковими лампасами, білу сорочку – гладку або плісе, чорну краватку-метелик, чорний широкий пояс (камербанд) або короткий жилет.

Великим різноманіттям відрізняється неформальний костюм. Бачимо костюми для дальніх подорожив; для прогулянок по місту і на природі; для подорожив і відпочинку за містом; для гри в теніс, гольф; для катання на велосипеді, для верхової їзди; для мисливства. Кожен костюм має свої доповнення, аксесуари, передбачає зручність у русі. Усі ці костюми мають і жіночий варіант.

Розповсюдженням верхнім одягом були пальто «честерфільд», «ольстер», пальто-реглан, напівпальто. Існував повсякденний верхній одяг, а також для відвідування вечірніх заходів. До нього носили класичні черевки, доповнювали його тростина, циліндр, печатки. На початку ХХ ст. разом з виходом з моди фракa і сюртука відходять і циліндр з тростиною. Носили капелюхи, котелки «дербі» з плоскими або загнутими полями, капелюхи-канотье.

Наприкінці століття суттєві зміни відбуваються в крої сорочки: їх не треба було вдягати через голову, у них, як і на курті, застібка розташовується спереду. В офіційній обстановці до кінця 20-х років ХХ ст. носили сорочки з жорстко накрохмаленими полочками. Комірці сорочки на початку століття були знімними з накрохмаленого білого полотна, висота їх була 7,5 см. Поступово їх висота зменшувалася до 2 см, а технології дозволяли досягти форми без сильного накрохмалювання. Але щодо сорочок і комірців, то в Америці вони мають особливу цікаву історію.

На початку ХХ ст. у моду входить рекламний чоловічий образ «Attow collar», що поєднував у собі незворушний спокій, витонченість манер, тонкий смак поряд з владністю, силою та інтелектом. Розповсюдження нового стилю пов'язане з виходом у 1905 р. рекламних плакатів художника Джозефа Крістіана Лейендкера. Він зображував «Attow collar man», що перекладається як «чоловік, котрий носить комірці фірми «Ерроу» [1, 330]. В ілюстрованому виданні Лоуренса С. Катлера [6] зібрані ілюстрації для обкладинок журналів, різноманітні рекламні плакати, у тому числі й для фірми-виробника сорочок і комірців «Attow collar». Його роботи зображують не просто костюм, а й образ життя і стиль мільйонів американців на межі століть. Лейендкер розповідав про споживання як про ліричну поезію, наділяючи свій персонаж у різних життєвих

ситуаціях витонченими рисами і пронизливим поглядом. Фірма «Arrow collar» існувала у Нью-Йорку з 1820 р., але найбільшого успіху вона зазнала саме завдяки вдало створеному рекламному образу Джозефа Крістіана Лейендкера.

Тепер обов'язковим елементом костюма стають знімні манжети і комірці. І. Блохіна так описує нововведення: «Високі білосніжні знімні комірці, прикріплені до сорочок у смужку, підкреслювали елегантно-зарозумілий вигляд своїх володарів. Чоловік «Arrow collar» стає символом своєї епохи, витісняючи з масової свідомості образ благородного джентльмена XIX ст.» [1, 330]. Комірці гармонійно поєднуються з новим костюмом – з укороченим піджаком, легким видовженим силуетом, високою лінією талії й видовженими лацканами (лацкани пристібалися до сорочок відповідними гудзиками-запонками за допомогою спеціальних гачків, а зберігалися у спеціальних коробках).

Перевага знімних комірців була очевидною: деталь сорочки, яка найбільшою мірою потребує догляду, тепер дозволяла підтримувати охайний вигляд та надавала різноманітність у поєднанні різних за кольором сорочок з білим комірцем. Кольорові сорочки – однотонні й у смужку – з'явилися наприкінці століття як більш дешева і практична альтернатива білим. Лляні й бавовняні комірці пропонувалися у різних стилях – найпопулярнішим був відкладний на стійці, а також комір-стійка; для урочистих подій використовувався фракцій (стійка з відвернутими куточками). Вони стали символом становища у суспільстві зростаючого класу службовців контор і корпорацій, через що їх називали «білі комірці». У цілому образ чоловіка у новому стилі можна охарактеризувати як енергійний, впевнений, цілеспрямований, витончений, порівняно з солідними джентльменами початку і середини століття. Комірці «Arrow collar» користувалися такою популярністю, що стали елементом і жіночих блуз.

Характер костюму розкритий не лише у модній ілюстрації, але й у живописних творах того часу. У 1872 р. французький живописець Едгар Дега вирішує відвідати родину брата та інших родичів в Америці, в Новому Орлеані. Через три місяці після приїзду він починає працювати над масштабним груповим портретом «Інтер'єр контори у Новому Орлеані», відомим також під назвою «Бавовняний ринок в Новому Орлеані» (1873) [2, 27].

Сам Дега так описував те, що зображував: «На ній біля п'ятнадцяти персон, які проявляють більший чи менший інтерес до столу, заваленому цінним матеріалом, а двоє чоловіків, один трохи нахилившись, а другий напівсидячи на столі, покупець і брокер, обговорюють зразок» [там само]. Художник відзначав, що в Новому Орлеані живуть задля бавовни і завдяки бавовні. Декілька фігур перевіряють якість бавовни, виставленої для продажу. Інші зайняті підрахунками або бухгалтерією, декілька з персонажів зосереджено спостерігають за тим, що відбувається у кімнаті. Е. Дега дає ненав'язливе, але глибоке тлумачення індивідуальності кожного з них, збагачене атрибутами характеру або професії. Чорні костюми контрастують з білізною пухнастою бавовною, сорочок і газети. Тут ми бачимо різноманітні його форми: брюки з жилетом і сорочкою, брюки з піджаком – так звану піджачну пару, один з персонажів вдягнений у сюртук. Кімната зображена з високої позиції, що забезпечує її повну панораму. Справа корзина для сміття, стіл з документами, на стіні – картини, далі – стійка. Створюється враження успішного підприємства.

Та обставина, що позували художнику його брати, які і є засновниками фірми з торгівлі бавовною (Дега побував там особисто), пояснює відображений на полотні реалізм і відверто сучасне зображення суспільного життя.

Риси космополітичної моди і салонного шик у яскраво відображено у полотно живописця Джона Сингера Серджента (1856–1925), одного з найвідоміших портретистів, почесного члена Кембріджського, Йельського і Оксфордського університетів [11]. Значну частину свого життя він провів у США, також подовгу жив в Англії, подорожував іншими країнами Європи. В ефектних портретах американських магнатів та успішних ділових людей значну роль відігравав костюм.

1903 року Серджент написав портрет Теодора Рузвельта, президента Америки у період з 1901 по 1909 рр. З історії цього портрету, опублікованої на сайті Національної портретної галереї США, дізнаємось, що портрет надзвичайно сподобався президентові, який вважав цю роботу абсолютним успіхом художника [9]. Костюм першої особи країни складався з сортука, жилета, сорочки і брюк, був виконаний на нюансах чорних та сірих кольорів (окрім сорочки – білого кольору). Президента зображено у неформальній позі, на сходах Білого Дому; передані його найбільш важливі, характерні риси: величезна внутрішня сила особистості, впевненість у собі.

Ще одна робота – парний портрет «Містер і місіс Фелпс Стокс» (1897) знайомить нас із повсякденним жіночим і чоловічим костюмом. Містер Стокс – американський архітектор, який брав активну участь у житлових реформах. Едіт була президентом Йоркської асоціації дитячих закладів [10]. Одяг молодих американців свідчить про те, що картина написана у теплу пору року. На чоловічків костюм-трійка світло-оливкового кольору, доповнений краваткою-метеликом. Жіночий костюм у плечових елементах запозичує риси чоловічого: чорний жакет відрізняється лише жіночими рукавами-жигот, блуза сірого кольору створена по типу чоловічої сорочки, доповнюється також краваткою-метеликом. Спідниця, ймовірно з білого льону, з чорним поясом і складками по боках є практичною і зручною. Як бачимо, діловий практицизм стилю є притаманним і чоловічому і жіночому гардеробам.

Аналізуючи жіночий костюм, відзначимо також вплив мистецтва ілюстрації на розповсюдження модних тенденцій. Серед найбільш відомих ілюстраторів «золотої ери» в Америці виділяється ім'я Чарльза Дани Гібсона, з яким асоціюється мода на «дівчат Гібсона». Поява цих героїнь у 1890 р., після укладення контракту з журналом «Лайф», принесла художнику широку популярність. Прообразами послуговували дружина – Ірен Ленгхорн, її сестра Ненсі Астор – перша жінка-парламентарій у британській палаті общин, а також натурниця Евелін Несбіт [12].

В ілюстрованій колекції робіт художника «Дівчина Гібсона й її Америка: кращі рисунки Чарльза Дани Гібсона» [8] представлено понад сто робіт пером, які демонструють дівчину у різноманітних ситуаціях: у спілкуванні, за читанням, на вечірках, ділових прийомах, спортивних заходах тощо. Дівчина Гібсона була стрункою, худорлявою, з вузькою талією; мала довгу шию, великі очі, жвавий вираз обличчя; її волосся було високо зачесаним й укладеним у зачіски «буфант», «помпадур», або «водоспад локонів». Вона була добре вихованою, врівноваженою і аристократичною. Костюм складався з англійської блузи з простої бавовняної тканини або з віскози та довгої спідниці з вільними складками, зібраною ззаду в турнюр.

Численна кількість зображень незалежних, красивих, модно вдягнених, відкритих, різнобічно розвинутих жінок, рівних за статусом чоловікам і разом з тим з яскраво вираженою жіночністю, визначали ідеал, американський стандарт

жіночої краси протягом двадцяти років – до початку першої світової війни. Це видання є керівництвом стилю, в ньому немає двох однакових образів, але усі вони створюють єдину художньо-стильову репрезентацію.

Жінки намагалися бути схожими на «дівчат Гібсона»: окрім своїх обов'язкових занять, вони йшли на тенісний корт, на поле для гольфа, їздили на велосипеді й верхом, досягали незалежності у різних сферах життя. Ця популярність перейшла у так званий «Gibson style» (у стилі Гібсона друкувалися плакати, листівки, марки, реклама різноманітних товарів).

Отже, на межі ХХ–ХІХ століть Америка, як країна, що потужно розвивалася і стверджувалася, протиставляла свою могутність величі Європи. Окрім економічного світового лідерства, США стали центром комерційного мистецтва, рекламною та видавничою індустрією, що визначило і стиль в костюмі у цей період. Чоловічий костюм втілював ділові та підприємницькі якості, успішність і престиж.

У зв'язку з розширенням прав і свобод жінки, залученням її до різноманітних видів праці, жіночий одяг мав свідчити про незалежність і претензію на сфери діяльності нарівні з чоловіками. Носіння спідниці й блузи стало надзвичайно модним. Цей наряд із двох деталей отримав назву «Gibson Girl» – дівчина Гібсона – через популярність створених образів художником Ч.Д. Гібсоном.

Проаналізувавши стиль в одязі на межі ХХ–ХІХ століть, можна стверджувати, що формування ідентичності американської моди відбувається під впливом сукупності соціально-економічних, національних, професійних факторів.

### *Література*

1. Блохина И.В. Всемирная история костюма, моды и стиля / И.В. Блохина. – Минск: Харвест, 2007. – 400 с.
2. Грутрой Д. Дега. Впечатления великого мастера / Д. Грутрой (пер. с англ. П. Мартинович, Н. Красюк). – Минск: Белфаксиздатгруп, 1998. – 144 с.
3. Лук'яненко О.В. Перехрестя стилів та епох: культура, побут та стиль життя населення країн Європи та Америки кінця ХІХ – початку ХХ століть: матеріали до лекц. та практ. занять / О.В. Лук'яненко. – Полтава: Друкарська майстерня, 2009. – 106 с.
4. Тіндалл Дж. Б. Історія Америки / Дж.Б. Тіндалл, Д.Е. Шай (пер. с англ. Л. Притула, Г. Сташків, О. Щур). – Львів: Літопис, 2010. – 904 с.
5. Jean L. Druesedow. Men's fashion illustrations from the turn of the century/ Jean L. Druesedow, J. Mitchell Co. – Dover, 1990. – 103 p.
6. Laurence S. Cutler. JC Leyendecker: American Imagist/ Laurence S. Cutler. – 256 p.
7. Susan E. Meyer. America's great illustrators/ Susan E. Meyer. – Н. Н. Abrams, 1978. – 311 p.
8. The Gibson Girl and Her America: The Best Drawings of Charles Dana Gibson. – Dover Publications, 2010. – 160 p.
9. Icon of the American Century. Rough Rider in the White House, 1901-1909 [Електронний ресурс]: National Portrait Gallery. Teddy Roosevelt/ Режим доступу до сайту: <http://www.npg.si.edu/exh/roosevelt/whtr.htm>
10. Mr. and Mrs. I. N. Phelps Stokes. John Singer Sargent (American. Florence 1856–1925 London) [Електронний ресурс]: The Metropolitan Museum of art. American Paintings and Sculpture / – Режим доступу до сайту: <http://www.metmuseum.org/toah/works-of-art>
11. John Singer Sargent (1856–1925) [Електронний ресурс]: The Metropolitan Museum of art. American Art. Nineteenth Century / – Режим доступу до сайту: <http://www.metmuseum.org/toah/works-of-art>
12. Charles Dana Gibson [Електронний ресурс]: The Illustrators / – Режим доступу до сайту: <http://www.illustration-art-solutions.com/charles-dana-gibson.html>