

УДК 7.05:687.1:316.7

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/96-3-28>

Ян ЯСІНСЬКИЙ,

orcid.org/0009-0009-8653-2668

аспірант кафедри моди та стилю

Київського національного університету технологій та дизайну

(Київ, Україна), greensky@i.ua

Марина КОЛОСНІЧЕНКО,

orcid.org/0000-0003-0020-3214

доктор технічних наук, професор,

професор кафедри моди та стилю

Київського національного університету технологій та дизайну

(Київ, Україна) mv.kolosnichenko@gmail.com

ЕСТЕТИКА АДАПТИВНОГО ОДЯГУ ЯК КОМПОЗИЦІЙНА ТА СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНА КАТЕГОРІЯ

У статті розглянуто естетику адаптивного одягу та проаналізовано еволюцію підходів до його проектування, а також окреслено роль естетичної складової у формуванні цілісного, інклюзивного дизайн-продукту.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням попиту на адаптивний одяг, розширенням інклюзивних практик у модній індустрії та необхідністю переосмислення його естетичної ролі як чинника соціальної інтеграції, самовираження та підвищення якості життя людей з інвалідністю. Попри функціональні досягнення, естетична складова адаптивного одягу потребує системного наукового осмислення.

Метою роботи є узагальнення, систематизація та аналіз композиційної й соціально-культурної складових естетичного сприйняття адаптивного одягу для визначення підходів до проектування асортиментних рядів, що поєднують функціональність, ергономічність та художню виразність.

Методологічну основу дослідження становить міждисциплінарний підхід, що інтегрує положення теорії дизайну, концепцію FEA (Functional–Expressive–Aesthetic), принципи універсального та user-centered дизайну, а також методи порівняльного та системного аналізу наукових джерел і сучасних практик інклюзивної моди.

У результаті дослідження визначено, що естетика адаптивного одягу як композиційна категорія проявляється у гармонійному поєднанні функціональних елементів із принципами формоутворення, колористики, ритму та стилістичної цілісності. Як соціально-культурна категорія вона виконує роль інструмента соціальної інклюзії, зменшення стигматизації та розширення можливостей самопрезентації користувачів.

Наукова новизна полягає у концептуалізації естетики адаптивного одягу як багатовимірної категорії, що поєднує внутрішні композиційні закономірності дизайну та зовнішні соціокультурні механізми репрезентації й інтеграції особистості.

Практична значущість результатів полягає у можливості їх використання при формуванні асортиментної політики адаптивного одягу різного призначення, розробленні інклюзивних колекцій та впровадженні принципів універсального дизайну у професійну підготовку дизайнерів.

Ключові слова: *адаптивний одяг, інклюзивний дизайн, естетика костюма, композиція, універсальний дизайн, соціальна інтеграція.*

Yan YASINSKYI,

orcid.org/0009-0009-8653-2668

PhD student at the Department of Fashion and Style

Kyiv National University of Technologies and Design

(Kyiv, Ukraine), greensky@i.ua

Maryna KOLOSNIChENKO,

orcid.org/0000-0003-0020-3214

Doctor of Engineering, Professor,

Professor at the Department of Fashion and Style

Kyiv National University of Technologies and Design

(Kyiv, Ukraine) mv.kolosnichenko@gmail.com

AESTHETICS OF ADAPTIVE CLOTHING AS A COMPOSITIONAL AND SOCIO-CULTURAL CATEGORY

The article examines the aesthetics of adaptive clothing and analyzes the evolution of approaches to its design, outlining the role of aesthetics in shaping a holistic, inclusive design product.

The relevance of the study is determined by the growing demand for adaptive clothing, the expansion of inclusive practices within the fashion industry, and the need to reconsider its aesthetic role as a factor of social integration, self-expression, and improvement of the quality of life of persons with disabilities. Despite significant functional advancements, the aesthetic dimension of adaptive clothing requires systematic scholarly reflection.

The purpose of the study is to generalize, systematize, and analyze the compositional and socio-cultural components of the aesthetic perception of adaptive clothing in order to identify approaches to designing product lines that integrate functionality, ergonomics, and artistic expressiveness.

The research methodological framework is based on an interdisciplinary approach integrating design theory, the FEA (Functional–Expressive–Aesthetic) model, the principles of universal and user-centered design, and methods of comparative and systemic analysis of academic sources and contemporary inclusive fashion practices.

The results of the study demonstrate that the aesthetics of adaptive clothing, as a compositional category, is manifested in the harmonious integration of functional elements with principles of form-making, color harmony, rhythm, and stylistic coherence. As a socio-cultural category, it functions as an instrument of social inclusion, reduction of stigmatization, and expansion of opportunities for users' self-representation.

The scientific novelty lies in conceptualizing the aesthetics of adaptive clothing as a multidimensional category that combines internal compositional patterns of design with external socio-cultural mechanisms of representation and personal integration.

The practical significance of the results consists in their applicability to the development of adaptive clothing assortment strategies for various purposes, the creation of inclusive collections, and the implementation of universal design principles in the professional training of designers.

Key words: adaptive clothing, inclusive design, costume aesthetics, composition, universal design, social integration.

Постановка проблеми. Адаптивний одяг являє собою спеціально розроблений одяг та аксесуари, призначені для людей з інвалідністю, осіб літнього віку або інших категорій споживачів із порушеннями мобільності, які відчують труднощі при використанні звичайного одягу. Такий одяг враховує особливі потреби користувачів (наприклад, спрощує маніпуляції із застібками, пристосований для сидіння в інвалідному візку тощо) і водночас забезпечує носію комфорт без обмежень рухів (Study Reveals, 2023). Історично розвиток адаптивного одягу відбувався за медичною моделлю: дизайнери фокусувалися переважно на функціональності та зручності для осіб, що здійснюють догляд, нехтуючи естетичними уподобаннями самих носіїв. В результаті адаптивний одяг довгий час асоціювався з утилітарними, далекими від моди речами, що могло посилювати соціальну ізоляцію осіб з інвалідністю.

Сучасний підхід базується на соціальній моделі інвалідності, згідно з якою бар'єри створює не сама інвалідність, а середовище та суспільні установки (Rana et al., 2024). З позицій соціальної моделі дизайн одягу має на меті усунення бар'єрів і врахування потреб користувача, а не нав'язування користувачу компромісів через його фізичні обмеження (Stokes et al., 2012). Це спричинило зсув у дизайні адаптивного одягу: окрім функціональності почали цінуватися естетичність і інклюзивність таких виробів. В останні роки ринок адаптивного одягу стрімко зростає, зокрема завдяки тому, що великі бренди моди почали запускати інклюзивні колекції. Показовим є випадок, коли тільки у 2016 році провідний бренд Tommy Hilfiger у співпраці з активісткою Мінді Шаер представив першу лінію адаптивного одягу для дітей, а згодом і для дорослих (Rana et al., 2024). Нині до інклюзивної моди долучилися

такі бренди, як IZ Adaptive, Zappos Adaptive, Nike FlyEase та інші, що свідчить про визнання естетичних потреб людей з інвалідністю на рівні масової моди (Frunze et al., 2024).

Таким чином, актуальним науковим завданням є дослідження естетики адаптивного одягу, тобто тих аспектів дизайну в одязі для людей з інвалідністю, які відповідають за його зовнішню привабливість, стиль і відповідність культурним нормам. Естетика адаптивного одягу може розглядатися як композиційна категорія дизайну, ілюструючи внутрішні закономірності побудови форми, кольору, фактури тощо в адаптивному вбранні, а також як соціально-культурна категорія, розкриваючи роль такого одягу у соціальній інтеграції, самовираженні та культурних практиках.

Аналіз досліджень. Проблематика адаптивного (інклюзивного) одягу знаходиться на перетині дизайну, ергономіки, медицини та соціології, тому коло досліджень є міждисциплінарним (Колосніченко, 2021; Bukhantsova et al., 2025; Краснюк та ін., 2025). У науковій літературі використовуються різні терміни для означення одягу, пристосованого під особливі потреби: adaptive clothing, functional clothing, inclusive apparel тощо. Проте останнім часом автори уточнюють, що саме поняття “adaptive clothing” найкраще відображає сутність такого одягу – а саме здатність бути одночасно практичним (функціональним), ергономічним та візуально привабливим для задоволення специфічних потреб людини (Bukhantsova et al., 2025). Дизайн такого одягу спирається на принципи орієнтації на користувача (user-centered design), залучення самих людей з інвалідністю до процесу розробки, а також використання інноваційних технологій (наприклад, магнітних застібок, 3D-друку фурнітури, розумних матеріалів) з метою підвищити як функціональність, так і есте-

тичність виробів (Frunze et al., 2024; Краснюк та ін., 2025).

Відомою концептуальною моделлю, що описує потреби споживачів одягу, є модель FEA (Functional, Expressive, Aesthetic), запропонована Дж. Лемб і М. Каллал (1992). Згідно з цією моделлю, окрім функціональних характеристик – зручність користування, крій, матеріали тощо, та експресивних – символічне значення, самовираження, користувачі оцінюють одяг за естетичними параметрами. До естетики слід віднести параметри, що характеризуються зовнішніми фізичними властивостями виробу, такими як колір, стиль, форма, текстура, оздоблення, що формують його привабливий вигляд (Oyatoogun, 2023). Дослідження одягу для людей з інвалідністю із застосуванням моделі FEA підтвердили, що ця категорія споживачів має не лише утилітарні потреби, але й виражені естетичні запити. Зокрема, опитування дівчат-підлітків з інвалідністю показало, що хоча найчастіше вони скаржаться на функціональні проблеми одягу (незручний крій, труднощі застібання, тощо), водночас вони відзначають і важливість естетичного вигляду та відповідності одягу їх стилю та моді (Stokes et al., 2012). Незважаючи на фізичні обмеження, підлітки прагнуть одягатися подібно до своїх однолітків і не бути візуально відокремленими від модних тенденцій. Разом з тим було виявлено, що надто спеціалізований одяг для людей з інвалідністю, який явно відрізняється від звичайного, може навпаки привертати небажану увагу та «відокремлювати» таких осіб від оточення (Stokes et al., 2012).

Дослідженнями українських вчених також розроблено концептуальну модель формування раціональної структури адаптивних виробів при клінічному лікуванні важкохворих пацієнтів з різними ураженнями (Колосніченко, 2021; Супрун та ін., 2019). Вченими представлено системний каркас моделі – досліджено теоретичні зв'язки властивостей в системі «проекування адаптивних виробів важкохворих», запропоновано моделі дослідження матеріалів для багатошарових композиційних форм, що стало методичною основою формування раціональної структури виробів під можливі клінічні сценарії. Також доведено, що концептуальна модель має реалізуватися через єдність матеріалознавчої, конструктивної та технологічної складових, де кожен рівень визначає раціональну структуру адаптивного виробу відповідно до функції і медичних потреб пацієнта (Колосніченко, 2021).

Отже, дизайнери мають шукати баланс: адаптивний одяг повинен задовольняти особливі

потреби, але не виглядати суто медичним приладом – інакше порушується його соціальна та естетична функція.

Останні публікації приділяють значну увагу саме питанню поєднання модного вигляду з адаптивними функціями одягу. Ряд оглядових робіт і аналітичних оглядів ринку виявили істотні прогалини в асортименті та недостатню естетичну різноманітність пропонованого адаптивного одягу (Study Reveals, 2023). Так, систематичний огляд багатьох наукових статей за 2024 рік показав, що хоча адаптивний одяг поступово виходить на ринок, багато типів інвалідності залишаються неохопленими, а дизайнерські рішення часто повторюються і не враховують різноманіття естетичних уподобань користувачів (Rana et al., 2024). У багатьох дослідженнях наголошено, що індустрія все ще тяжіє до «базових» утилітарних виробів і рідко пропонує людям з інвалідністю стильний, фешн-орієнтований одяг на всі випадки життя – наприклад, ділове вбрання для роботи, вечірній одяг тощо. Результати аналізу досліджень 2023 р. кількох тисяч відгуків споживачів на сайтах, що продають адаптивний одяг, показали дві ключові проблеми: обмежений вибір одягу, що не покриває всіх потреб, особливо щодо стилю та зовнішнього вигляду, а також труднощі доступу до вже існуючих товарів, в першу чергу незручна навігація онлайн-каталогів, відсутність адаптивних колекцій у звичайних магазинах (Study Reveals, 2023). Споживачі, як люди з інвалідністю, так і їхні родичі чи опікуни, наголошують, що адаптивному одягу часто бракує індивідуальності та різноманітності дизайну, він «весь однаковий» і виглядає швидше як медичний текстиль, ніж як модний одяг (Study Reveals, 2023). Таким чином, незважаючи на прогрес у функціональному вдосконаленні такого одягу, його естетична складова потребує подальшої уваги з боку дизайнерів і виробників.

Водночас, позитивні зрушення очевидні. Поява спеціалізованих брендів та лінійок (як згадувалося, Tommy Adaptive, Nike FlyEase, Zappos Adaptive тощо) демонструє, що адаптивний одяг може виглядати сучасно і привабливо, не поступаючись звичайному за стилем (Frunze et al., 2024). Більш того, використання новітніх технологій дає змогу інтегрувати адаптивні елементи у дизайн майже непомітно: наприклад, магнітні застібки-блискавки дозволяють легко застібати одяг однією рукою, зовні не відрізняючись від звичайних (Краснюк та ін., 2025); спеціальні еластичні та «дихаючі» матеріали забезпечують комфорт при носінні, але виглядають як сучасні тканини (Колосніченко, 2021); технології 3D-візуалізації

та цифрового проектування дають змогу дизайнеру підганяти одяг під фігуру і потреби користувача ще на етапі ескізу, до виготовлення зразка (Bukhantsova et al., 2025). У наукових працях описані також експериментальні розробки: одяг з підігрівом для людей з порушеннями кровообігу, що використовує електропровідні нитки (Bukhantsova et al., 2025); адаптивний одяг хворих пацієнтів з використанням текстильних композиційних матеріалів та медичного текстилю для спальних принадлежностей лікарень, готелів, предметів догляду, при транспортуванні хворих тощо (Супрун та ін., 2019; Колосніченко та ін., 2022); матеріали з ефектом пам'яті форми, які підлаштовуються під індивідуальні особливості тіла (Bukhantsova et al., 2025), тощо. Все це розширює можливості дизайну, збагачуючи як функціональну, так і естетичну складові адаптивного одягу.

Підсумовуючи аналіз, можна відзначити, що естетика адаптивного одягу стає центральною темою сучасних досліджень у царині дизайну одягу. Розглянемо детальніше дві її грані – композиційну та соціально-культурну.

Метою статті є узагальнення, систематизація та аналіз композиційної та соціально-культурної категорій естетичного сприйняття адаптивного одягу для визначення основних підходів до проектування асортиментних рядів адаптивного одягу різного призначення, що поєднує функціональність з естетичною привабливістю, сприяючи інклюзії та підвищенню якості життя споживачів.

Виклад основного матеріалу. Розглянемо *естетику адаптивного одягу як композиційну категорію*. Композиційна складова естетики адаптивного одягу стосується суто дизайнерських аспектів формоутворення та стилістики виробу. Тут постає питання: як інтегрувати у структуру одягу необхідні адаптивні функціональні елементи, а саме: спеціальні застібки, змінений крій для доступу, додаткові елементи для підтримки тіла тощо. При цьому, вищезазначені процеси мають відбуватися таким чином, щоб вони не порушували цілісності образу, а навпаки – стали частиною дизайну. Іншими словами, адаптивний одяг має відповідати загальним принципам композиції костюму: єдність форми, пропорційність, ритм, колірна гармонія тощо попри наявності додаткових функціональних деталей.

Дослідники відзначають, що успішний дизайн адаптивного одягу досягається, коли вдається забезпечити гармонійний баланс між комфортом, функціональністю та стилем (Bukhantsova et al., 2025). У процесі проектування спочатку визначають специфічні проблеми та потреби користувача, а потім генерують ідеї, як вирішити їх засобами дизайну без втрати естетичної привабливості виробу (Frunze et al., 2024). Наприклад, якщо людина має обмежену рухливість рук, рішенням

можуть бути магнітні кнопки або липучки замість гудзиків; при цьому дизайнер намагається зробити їх зовні непомітними або стилізованими під декоративні елементи. Якщо одяг має легко надягатися на людину, що сидить, застосовують розрізи на спинці або бокові застібки. Такі конструктивні лінії можуть обіграватися як частина стилю, додаючи асиметрії чи цікавих акцентів у силует (Frunze et al., 2024). Так, історично адаптивний одяг для людей, прикованих до візка, мав відкриту спинку для зручності вдягання, що з естетичного погляду було недоліком. Сучасні дизайнери вирішують це шляхом маскуванню розрізів за декоративними планками або використання болеро й накидок, які прикривають спину, зберігаючи елегантність образу.

Композиційна якість адаптивного одягу тісно пов'язана з підбором матеріалів та фурнітури. Тактильні та візуальні властивості матеріалу мають значення не лише для функції (наприклад, еластичність для свободи рухів), а й для естетики – фактура тканини, її драпірування, візерунок впливають на зовнішній вигляд виробу. Дослідження показують, що жінки з порушеннями мобільності віддають перевагу тканинам, які поєднують практичність і естетику: м'яким натуральним матеріалам, трикотажу, «дихаючим» і стрейчевим тканинам, що приємні на дотик і красиво виглядають на фігурі (Oyatoogun, 2023). Такі матеріали дозволяють створювати елегантні силуети, одночасно полегшуючи надягання одягу. Крім того, відсутність зайвих швів і деталей (наприклад, кишень по задній стороні штанів для користувачів візків) теж є принципом, продиктованим функціональністю, але реалізованим через композиційні рішення дизайнера (McKinney et al., 2023). Загалом, підхід «дизайн для всіх» або універсальний дизайн в одязі пропонує створювати вироби, які були б привабливими для будь-якої людини, незалежно від наявності інвалідності (Park et al., 2014). Це досягається шляхом гнучких, універсальних рішень, коли адаптивні елементи настільки органічно вписані в конструкцію, що виріб виглядає стильною альтернативою звичайному одягу, а не компромісним варіантом. Дослідники підкреслюють, що принципи універсального дизайну можуть ефективно слугувати орієнтиром для створення інноваційних рішень, які забезпечують інклюзивність без жертвування індивідуальністю стилю користувача (Park et al., 2014).

Отже, естетика як композиційна категорія в контексті адаптивного одягу проявляється у продуманості художнього образу виробу. Успішні приклади демонструють, що адаптивний одяг може мати усі атрибути модного дизайну – силует, що відповідає трендам; привабливу кольорову гаму; декоративність та при цьому залишатися зручним та пристосованим. Ключовим фактором

є залучення дизайнерів, обізнаних як у питанні функціональної анатомії, так і в сучасних стилістичних тенденціях, а також активна співпраця з кінцевими користувачами на етапі розробки, щоб врахувати їхні естетичні вподобання.

Розгляд *естетики адаптивного одягу як соціально-культурної категорії* потребує таких міркувань. Відомо, що одяг в цілому виконує у суспільстві не лише утилітарну, а й соціально-комунікативну функцію: через зовнішній вигляд люди виражають свою ідентичність, належність до певної групи, настрої і статус. Для людей з інвалідністю можливість одягатися естетично привабливо та згідно зі своїм стилем є важливою складовою соціальної інтеграції. Дослідження вказують, що забезпечення модного, стильного одягу для цієї категорії сприяє підвищенню їхньої самооцінки та незалежності, а також руйнуванню стереотипів у суспільстві (Bukhantsova et al., 2025). Адаптивний одяг, який виглядає сучасно, допомагає зменшити стигматизацію, оскільки акцент переміщується з фізичних обмежень на особистість і індивідуальний стиль людини. Як зазначають дослідники, можливість носити модний одяг чи використовувати яскраві елементи стилю дозволяє деяким студентам з інвалідністю перетворити свою «інакшість» на особливість – вони виділяються вже не своєю інвалідністю, а сміливим образом, що, своєю чергою, знижує рівень стигми у сприйнятті оточення (Rana et al., 2024).

Соціокультурний аспект естетики адаптивного одягу проявляється і на рівні ринкових та культурних тенденцій. В міру того, як світова мода проголошує цінності різноманітності (diversity) та інклюзії, зростає представництво людей з інвалідністю у модних показах, рекламі, медіа. Це сприяє формуванню запиту на адаптивний одяг не тільки як на медичний виріб, а як на повноцінний сегмент модної індустрії. Поява лінійок адаптивного одягу у відомих брендів означає, що дизайнери враховують культурні норми і стилі, актуальні для широкого загалу, і переносять їх в адаптивні рішення. Наприклад, сучасний адаптивний одяг може відображати тренди сезону (колір, крій, принти) так само, як і звичайний одяг, але буде сконструйований з урахуванням особливих потреб. Таким чином, людина з інвалідністю отримує змогу виразити себе через одяг у будь-якій життєвій ситуації – на роботі, святковій події, відпочинку, не відчуваючи обмежень у виборі стилю. Різноманітність образів та можливість підкреслити особистий смак є невід'ємною частиною якості життя і культури споживання, і адаптивна мода поступово заповнює цю нішу (Study Reveals, 2023).

Варто зауважити, що недоступність естетичного одягу негативно впливає на соціальну активність людей з інвалідністю. За даними оглядових досліджень, відсутність відповідного

одягу є суттєвим бар'єром для участі таких осіб у різних аспектах життя – від професійної реалізації до дозвілля. Якщо людина не може знайти одяг, в якому почуватиметься впевнено і зручно, вона може уникати певних соціальних ситуацій (наприклад, офіційних заходів, публічних виступів, навіть виходу з дому), що звужує її соціально-культурний досвід (Bukhantsova et al., 2025). Тому забезпечення доступу до естетично привабливого, різнопланового адаптивного одягу є не лише питанням моди, а й питанням громадянських прав та рівних можливостей. Дослідники підкреслюють, що розвиток адаптивної моди веде до більш інклюзивного суспільства, оскільки дає людям з інвалідністю засоби для повноцінного самовираження і присутності у публічному просторі на рівні з іншими (Rana et al., 2024). Зростаюча увага до цієї теми з боку політиків, освітян та громадських організацій підтверджує її соціальну значущість: зокрема, пропонується впроваджувати курси інклюзивного дизайну у програми підготовки модельєрів, стимулювати промисловість до ширшого впровадження універсального дизайну, а також вести просвітницьку роботу, щоб змінити застарілі уявлення про людей з інвалідністю як «не зацікавлених» у моді (Rana et al., 2024; Jeetah, 2022). Ще один цікавий вимір – це культурні відмінності в підходах до адаптивного одягу. Дослідження, проведені в різних країнах, свідчать, що сприйняття естетики й потреби користувачів можуть варіювати залежно від культурного контексту (Rana et al., 2024). Наприклад, у Південній Кореї, де ринок адаптивного одягу менш розвинений, виявлено сильний вплив традиційних уявлень про одяг: чоловіки з інвалідністю там відчували не лише функціональні, а й соціопсихологічні бар'єри. Вони часто соромилися свого вигляду через відсутність відповідного одягу, що посилювало їх ізоляцію (Kim et al., 2025). Водночас інтерв'ю з ними показали, що прагнення виглядати модно і бути прийнятим суспільством є універсальним фактором, незалежно від країни. Автори підкреслюють необхідність глобального поширення інклюзивних підходів у моді та обміну кращими практиками між країнами, щоб адаптивний одяг всюди відповідав як утилітарним, так і культурним запитам споживачів (Kim et al., 2025).

Отже, естетика адаптивного одягу як соціально-культурна категорія полягає у тому, що цей одяг виконує роль інструмента соціальної включеності і культурної репрезентації. Він дає можливість людям з інвалідністю брати участь у модних практиках суспільства, відчувати себе «видимими» і рівноправними. Естетична привабливість адаптивного одягу перестає бути другою. Вона, навпаки, стає передумовою успішності таких рішень, оскільки тільки поєднання функції і краси забезпечує повноцінне задово-

лення потреб користувачів (Rana et al., 2024; Study Reveals, 2023). Як влучно зазначила дослідниця Л. Чжао, коментуючи результати аналізу відгуків споживачів: «Коли більшість думає про адаптивний одяг, вони думають про функцію. Але ці споживачі – передусім люди, і їхні потреби виходять за межі цього. Вони хочуть бути впевненими у собі, їм потрібен одяг, який відображає їх особистість – стильний, навіть професійний, для роботи. Чи маємо ми такі продукти?» (Study Reveals, 2023). Ці слова підкреслюють, наскільки важливо враховувати соціально-культурний вимір: адаптивний одяг повинен задовольняти усі потреби людини – і практичні, і естетичні, і психологічні.

Висновки. Естетика адаптивного одягу є багатовимірною категорією, що охоплює як внутрішні дизайнерські аспекти (композиційні рішення), так і зовнішні суспільно-культурні аспекти (сприйняття, символічне значення, вплив на якість життя). Проведений аналіз показує, що інтеграція естетики в адаптивний одяг не є другорядним завданням, а навпаки – ключовою умовою успішності адаптивних рішень. З композиційної точки зору, адаптивний одяг має проєктуватися за принципами універсального дизайну, де функціональні елементи гармонійно поєднані з художньою формою. Новітні технології як магнітні застібки, розумні матеріали, 3D-симуляція тощо відкривають нові можливості для дизайнерів у створенні одягу, який одночасно зручний у користуванні та відповідає естетичним вимогам сучасної моди. З соціально-культурної перспективи наявність модного, різноманітного

адаптивного одягу сприяє подоланню соціальних бар'єрів: підвищує впевненість людей з інвалідністю у собі, дозволяє їм повніше реалізувати свій особистісний потенціал і сприяє формуванню більш інклюзивного суспільства.

Практичні рекомендації представленого дослідження надають можливість розширення асортименту адаптивного одягу різного призначення, головним чином з акцентом на різні стилі та випадки життя. Практичний аспект полягає також у активному залученні споживачів такого одягу до проєктних рішень новітніх дизайн-продуктів через опитування, фокус-групи тощо з метою врахування їх естетичних побажань. Практико-орієнтованим компонентом дослідження є також впровадження інклюзивних принципів у освітні програми дизайнерів і в корпоративні стандарти модних брендів. Подальші наукові дослідження доцільно спрямувати на вивчення впливу адаптивного одягу на психологічний стан та соціальну активність носіїв, а також на розроблення методик оцінки естетичної ефективності таких виробів.

Узагальнюючи зазначимо, що естетика адаптивного одягу постає як композиційна та соціально-культурна категорія, яка відображає синтез технологій, мистецтва дизайну та гуманістичних цінностей. Врахування цієї категорії в теорії і практиці дизайну одягу дозволить створювати вироби, що не тільки здатні компенсувати фізичні обмеження, але й підносити настрій і дарувати естетичну насолоду усім споживачам з особливими потребами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Колосніченко О.В. Розробка дизайн-ергономічних рішень функціонального адаптивного одягу для важкохворих і військовослужбовців в умовах запобігання нового спалаху пандемії COVID-19. КНУТД. Київ, 2021. № держ. реєстрації 0121U109720.
2. Колосніченко О.В., Пашкевич К.Л., Остапенко Н.В., Скрипченко А.Г., Люклян Н.Р. Аналіз і систематизація різновидів проєктних рішень при виготовленні адаптивного одягу для пацієнтів. *Art and Design*, 2022. № 2(18). С. 94–107. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.2.8>.
3. Краснюк Л., Луцесвська О., Троян О., Буханцова Л. Адаптивний одяг для військовослужбовців із пораненими кінцівками: закордонний та вітчизняний досвід. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Технічні науки*. 2025. № 4, Т. 355. С. 253–261. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5732-2025-355-37>.
4. Супрун Н.П. Зубкова Л.І., Пожилов-Несміян Г.М., Ващенко Ю.О. Розробка сучасного одягу для людей з інвалідністю. *Індустрія моди*. 2019. № 2. С. 54–60. DOI: <https://doi.org/10.30857/2706-5898.2019.2.4>.
5. Bukhantsova L., Lushevskaya O., Kovalchuk D., Zakharkevich O., Krasniuk L., O. Ditkovska, Yantsalovskyi O.; Kuleshova S., Shvets G. Adaptive clothing design: from focus group evaluation to functional prototypes. *Fibres and Textiles*. 2025. Vol. 32, No 4. P. 3–16. DOI: <https://doi.org/10.15240/tul/008/2025-4-001>.
6. Frunze V., Irovan M. Adaptive fashion – a tool for social inclusion. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 25 квітня 2024 р. Т. 1. Київ: КНУТД, 2024. С. 225–228. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/28147> (дата звернення: 10.11.2025).
7. Jeetah R. Making the Case for Disability Innovation: Opportunity at Concrete Change for the DisabledCommunity. *Open Journal of Social Science*. 2022. Vol. 10, No. 2. P. 111–125. DOI: <https://doi.org/10.4236/jss.2022.102007>.
8. Kim S., Son H., Kim S., Lee Y., Lee Yu. Toward inclusivity through fashion: a qualitative exploration of the clothing consumption experiences of physically disabled men in South Korea. *Fashion and Textiles*. 2025. Vol. 12, Art. 16. P. 1–31. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40691-025-00425-y>.
9. McKinney E., Eike R. Adaptive Apparel Design. Ames : Iowa State University Digital Press, 2023. DOI: <https://doi.org/10.31274/isudp.2023.143>.
10. Missouri-Columbia U. of. Study Reveals Gaps in Adaptive Clothing Market Needs. *Disabled World*. 2005. URL: <https://www.disabled-world.com/assistivedevices/household/customer-needs.php> (дата звернення: 10.11.2025).

11. Oyatoogun G.O. Inclusive Fashion for Women with Mobility Disabilities in the UK: master's thesis. Mälardalen University. Västerås, 2023.
12. Park J., Morris K., Stannard C., Hamilton W. Design for Many, Design for Me: Universal Design for Apparel Products. *The Design Journal*. 2014. Vol. 17, Iss. 2. P. 267–290. DOI: <https://doi.org/10.2752/175630614X13915240576103>.
13. Rana Md.R.I., McBee-Black K., Swazan I.S. Adaptive apparel for people with disabilities: A systematic literature review and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*. 2024. Vol. 48, No 3. P. e13057. DOI: <https://doi.org/10.1111/ijcs.13057>.
14. Stokes B., Black C. Application of the Functional, Expressive and Aesthetic Consumer Needs Model: assessing the clothing needs of adolescent girls with disabilities. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*. 2012. Vol. 5, Iss. 3. P. 179–186. DOI: <https://doi.org/10.1080/17543266.2012.700735>.

REFERENCES

1. Kolosnichenko O.V. (2021) Rozrobka dyzain-erhonomichnykh rishen funktsionalnoho adaptivnoho odiahu dlia vazhkokhvorykh i viiskovosluzhbovtiv v umovakh zapobihannia novoho spalakhu pandemii COVID-19. [Development of ergonomic design solutions for functional adaptive clothing for seriously ill patients and military personnel in the context of preventing a new outbreak of the COVID-19 pandemic]. KNUTD. Kyiv. № derzh. reiestratsii 0121U109720 [in Ukrainian].
2. Kolosnichenko O.V., Pashkevych K.L., Ostapenko N.V., Skrypchenko A.H., Liuklian N.R. (2022) Analiz i systematyzatsiia riznovydiv proiektnykh rishen pry vyhotovlenni adaptivnoho odiahu dlia patsiientiv. [Analysis and systematization of types of design solutions in the manufacture of adaptive clothing for patients]. *Art and Design*, № 2(18), 94 – 107. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.2.8>. [in Ukrainian].
3. Krasniuk L., Lushchevska O., Troian O., Bukhantsova L. (2025) Adaptivnyi odiah dlia viiskovosluzhbovtiv iz poranenykh kintsivkamy: zakordonnyi ta vitchyzniani dosvid. [Adaptive clothing for military personnel with wounded limbs: foreign and domestic experience]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Tekhnichni nauky*, № 4, T. 355, 253–261. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5732-2025-355-37>. [in Ukrainian].
4. Suprun N.P. Zubkova L.I., Pozhylov-Nesmiiian H.M., Vashchenko Yu.O. (2019) Rozrobka suchasnoho odiahu dlia liudei z invalidnistiu. [Designing modern clothing for people with disabilities]. *Industriia mody*, № 2, 54–60. DOI: <https://doi.org/10.30857/2706-5898.2019.2.4>. [in Ukrainian].
5. Bukhantsova, L., Lushevskaya, O., Kovalchuk, D., Zakharkevich, O., Krasniuk, L., Ditkovska, O., Yantsalovskyi, O., Kuleshova, S., & Shvets, G. (2025) Adaptive clothing design: from focus group evaluation to functional prototypes. *Fibres and Textiles*, 32(4), 3–16. DOI: <https://doi.org/10.15240/tul/008/2025-4-001>.
6. Frunze V., Irovan M. (2024) Adaptive fashion – a tool for social inclusion. Aktualni problemy suchasnoho dyzainu: zbirnyk materialiv VI Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, m. Kyiv, 25 kvitnia 2024 r., T. 1. Kyiv: KNUTD. 225–228. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/28147> (date accessed: 10.11.2025) [in English].
7. Jeetah, R. (2022) Making the Case for Disability Innovation: Opportunity at Concrete Change for the Disabled Community. *Open Journal of Social Science*, 10(2), 111–125. DOI: <https://doi.org/10.4236/jss.2022.102007>.
8. Kim, S., Son, H., Kim, S., Lee, Y., & Lee, Yu. (2025) Toward inclusivity through fashion: a qualitative exploration of the clothing consumption experiences of physically disabled men in South Korea. *Fashion and Textiles*, 12(16), 1–31. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40691-025-00425-y>.
9. McKinney, E., & Eike, R. (2023) Adaptive Apparel Design. Ames, Iowa: Iowa State University Digital Press. DOI: <https://doi.org/10.31274/isudp.2023.143>.
10. University of Missouri-Columbia. (2005) Study Reveals Gaps in Adaptive Clothing Market Needs. *Disabled World*. URL: <https://www.disabled-world.com/assistivedevices/household/customer-needs.php> (date accessed: 10.11.2025).
11. Oyatoogun, G.O. (2023) Inclusive Fashion for Women with Mobility Disabilities in the UK: master's thesis. Västerås: Mälardalen University.
12. Park, J., Morris, K., Stannard, C., & Hamilton, W. (2014) Design for Many, Design for Me: Universal Design for Apparel Products. *The Design Journal*, 17(2), 267–290. DOI: <https://doi.org/10.2752/175630614X13915240576103>.
13. Rana, Md.R.I., McBee-Black, K., & Swazan, I.S. (2024) Adaptive apparel for people with disabilities: A systematic literature review and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 48(3), e13057. DOI: <https://doi.org/10.1111/ijcs.13057>.
14. Stokes, B., & Black, C. (2012) Application of the Functional, Expressive and Aesthetic Consumer Needs Model: assessing the clothing needs of adolescent girls with disabilities. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 5(3), 179–186. DOI: <https://doi.org/10.1080/17543266.2012.700735>.

Дата першого надходження статті до видання: 26.02.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 30.03.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 22.04.2026

Стаття поширюється на умовах
ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

