

ПРОБЛЕМА ПРОГНОЗУВАННЯ ТРЕНДУ В ДИЗАЙНІ ТЕКСТИЛЮ

746.1-047.72:677.024

Чумаченко М. П. Проблема прогнозування тренду в дизайні текстилю. Дослідження присвячене проблемі прогнозування трендів, що в галузі дизайну текстилю виступає як одна з найбільш актуальних. У публікації запропоновано цілісне бачення проблеми як системи взаємовідносин виробничих, дизайнерських та маркетингових тенденцій. Автор підкреслює, що прогностика зорієнтована на якісне та аналітично виважене формування тренду, яке наперед визначає відповідний попит на моду та стилістику. За висновком автора, прогнозування футур-естетики текстилю здійснюється у трьох напрямках: а) прогнозування матеріально-предметних властивостей; б) прогностика у репрезентації кольору; в) прогнозування ключових трендів. На прикладі прогностичного проектного бачення екотренду, пасеїзму та крафт-тренду автор демонструє основні закономірності репрезентації дизайну текстилю.

Ключові слова: дизайн текстилю, тренд, прогнозування, екотренд, крафт-тренд, пасеїзм.

Чумаченко М. П. Проблема прогнозирования тренда в дизайне текстиля. Исследование посвящено проблеме прогнозирования трендов — одной из наиболее актуальных в области современного дизайна текстиля. Статья предлагает целостный взгляд на проблему, рассматривая ее как систему взаимоотношений производственных, дизайнерских и маркетинговых тенденций. Автор подчеркивает, что современная прогностика ориентирована на качественное и аналитическое взвешенное формирование тренда, которое предопределяет спрос на моду и стилистику. Выводы исследования указывают на особенности прогнозирования футур-эстетики текстиля. Автор определяет их в трех направлениях: а) прогнозирование материально-предметных свойств; б) прогностика в репрезентации цвета; в) прогнозирование ключевых трендов. На примере прогностического проектного развития еко-тренда, пассаизма и крафт-тренда автор демонстрирует основные закономерности в современной репрезентации дизайна текстиля.

Ключевые слова: дизайн текстиля, тренд, прогнозирование, екотренд, крафт-тренд, пассаизм.

Chumachenko M. The problem of trend forecasting in textile design. Combination of artistic decoration, styling and futuristic aesthetics is one of the most popular and relevant textile trends in the market. The prediction of colour, texture and decorative structure of the future product significantly influences on the level of sales, economic interaction of textile manufacturing companies. Last but not least, leading positions of the campaign in the market are determined precisely by the level of forecasting and the ability of designers to form relevant artistic and aesthetic requests.

Analysis of recent research and publications. The problem of trend research in textile design has become relevant to researchers in Ukraine since the early 1990's, but the most thorough and special publications appeared in the early 2000s (T. Malik, A. Lifar-Chavchenko, N. Chuprina, T. Ostapenko, etc.). We will single out the studies of E. Androsova, G. Shayzadanova, M. Shirokovsky and others among scholars from the CIS countries. Scientific achievements of foreign scholars are generalized and systematic today. Publications of K. Dickinson and British researchers (Bruna, Petreca, Atkinson, Douglas, etc.) who analyze the issue of materials and sources of modern textile design are connected with the problem of our research work.

Presenting main material. Forecasting as a field of research stems from the need for design to remain as a part of economic interaction. Thus, a kind of "visual merchandising" has emerged today in the field of fashion design. It is the practice of representing products both in Internet and in real sales interactions. This tendency is expressed first of all through two mechanisms, which, in our opinion, are worth mentioning as a separate point of researchers' attention.

First, world globalization is reflected in the production and application of textiles and it has a significant impact on design. Worldwide textile producers take part in international exhibitions and forums annually (or even every season). In fact, harmonization of economic forms of interaction takes place in parallel with design conventions, where leading trends in fashion, stylistics and sometimes specifics of means of expressiveness for aesthetic representation of textile are not just predicted but they are determined.

Secondly, the cyclicity in development of world fashion is an important trend that causes the possibility of forecasting seasonal and annual trends. Researchers consider this feature to be an integral part of fashion industry, stressing that the presence of fluctuations and rhythms in this sector of economy shows the importance for their own special mechanisms of self-organization in fashion field. Today there is a concept of "fashion cycle", which is used by scientists to determine processes of functioning, development and change of fashion standards and samples.

In design, the concept of "project forecast" (design-prognosis) is used to understand such assumptions and their rational organization. It means that the algorithm of the assumption of the final result is started at the stage of project development and sketch design.

In general, emphasizing the importance of research in the title, we consider three directions that determine current practice of forecasting design trends in the field of fashion and textiles.

The first direction is forecasting of material and subject properties of textiles. These include the study and application of physical characteristics of the material, organoleptics of textile and textile products.

The second direction is forecasting of colour representation and the textile itself, as the object of design and its products which also act as a separate objective design component.

Finally, the third direction is forecasting of key trends that are formed and become structurally integrated artistic phenomena when combining properties of material and colour, describing combinatorics of the first and second points. Eco-trends, kraft, vintage (passeism), etc can be included to key trends within our problem.

Conclusions. Nowadays the practice of forecasting trends in textile design is one of the central tools in fashion industry that determines the character and quality of main strategies of production, promotion and artistic representation of textiles. At the moment, forecasting is probably a qualitative and analytically balanced suggestion, which firstly shapes corresponding demand for fashion and stylistics.

It is worth noting that eco-trend, passeism and kraft-trend are among the most representative trends, which are examples of forecasting project vision in modern textile design. These tendencies are analyzed by us as examples of generalized, systematic approach that represents textile design in contemporary circumstances.

Double-faced artistic and aesthetic nature of fashion industry is traced in their application. On the one hand, it is imitative and it is focused on the production of certain finished solutions and artistic designs (for example, imitation of a watercolor picture or natural texture); on the other hand it is productive and it focuses on reproduction of textile, its material properties and qualities (for example, creation of textile by hand, introduction of handmade elements to high technology production).

Keywords: textile design, forecasting trends, eco-trend, passeism, kraft-trend.

Постановка проблеми. У сучасному виробництві тканини важливе місце відводиться дизайну-проектуванню та художньому осмисленню

ню естетики продукту, де провідне місце посідають фахівці з моделювання тканини, стилісти, декоратори, фахівці з розробки кольору тощо. У певному сенсі всі зазначені напрями є частиною загального дизайнерського фаху, який за останні роки увібрав у себе низку функцій, що раніше розглядалися як суто виробничі. Сьогодні, в епоху глобальної економіки, питання дизайну текстилю не розглядаються окремо від його виробництва, що значною мірою обумовлює актуальність професійних навичок дизайнера.

Відтак, дизайнери текстилю вирішують низку комплексних, багатoproфільних завдань, які іноді виходять за межі традиційних уявлень щодо їхньої ролі та місця у виробництві продукту [11, р. 369].

Одним із найбільш трендових та актуальних на ринку текстилю напрямків є поєднання завдань художнього декорування, стилізації та футур-естетики. Прогнозування колірної, колірно-фактурної та орнаментально-декораційної структури майбутнього продукту суттєво впливає на рівень продажу, економічну взаємодію компаній, що виробляють текстиль. Не в останню чергу провідні позиції компанії на ринку зумовлюються саме рівнем прогнозування та вміннями дизайнер-розробників формувати відповідні художньо-естетичні запити.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема дослідження трендів у дизайні текстилю стає актуальною для дослідників в Україні з початку 1990-х років, проте найбільш ґрунтовні та спеціальні публікації з'явилися на початку 2000-х років (праці таких авторів, як Т. Малік, А. Лифар-Чавченко, Н. Чупріна, Т. Остапенко та ін.). Серед науковців країн СНД виокремимо дослідження Е. Андросової, Г. Шайзаданової, М. Широковських тощо.

Узагальнюючим та системним є на сьогодні науковий доробок зарубіжних учених, серед яких безпосередньо з предметом нашого дослідження пов'язані публікації К. Дікінсона (К. Dickinson) та групи дослідників із Великої Британії (Bruna, Petreca; Atkinson, Douglas та ін.), що аналізують питання матеріалів та джерел дизайну текстилю.

Основна мета публікації. Метою дослідження є визначити основні напрями прогнозування трендів у дизайні текстилю, проаналізувати ключові підходи в їхньому вивченні та застосуванні в проектній діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прогнозування як сфера наукового дослідження впливає з необхідності дизайну залишатися частиною економічної взаємодії. Відтак, у сфері моди сьогодні сформувався своєрідний «візуальний мерчандайзинг» — практика репрезентації продуктів як в інтернетпросторі, так і в реальних взаємодіях купівлі-продажу. Ця тенденція виражається передусім через два механізми, які, на наше переконання, мають стати предметом окремої уваги дослідників.

По-перше, світова глобалізація віддзеркалюється у виробництві та застосуванні текстилю й має чималий вплив у сфері дизайну. Світові

виробники текстилю щороку (або навіть щосезону) беруть участь у міжнародних виставках та форумах. По суті, узгодження економічних форм взаємодії відбувається паралельно з дизайнер-конвенціями, де не стільки прогнозують, скільки визначають провідні тенденції щодо моди, стилістики, а іноді — конкретики засобів виразності щодо естетичної репрезентації текстилю. Крім цього, виробникам така багатопланова взаємодія надає можливість представити свій продукт у новому ракурсі, з новою концепцією, виявляючи нові якості товару з урахуванням мінливих вимог ринку і моди.

По-друге, важливою тенденцією, що обумовлює можливість прогнозування сезонних та річних трендів, виступає циклічність у розвитку світової моди. Дослідники вважають цю рису невід'ємною закономірністю модної індустрії, наголошуючи на тому, що наявність коливань і ритмів у цьому секторі економіки свідчить про важливість для фешен-сфери власних особливих механізмів самоорганізації. Сьогодні існує поняття «модний цикл», яким науковці послуговуються для визначення процесів функціонування, розвитку і зміни модних стандартів та зразків (щонайменше розглядаються три стадії: виникнення, поширення, спад). Отже, саме циклічність моди дає можливість фахівцям прогнозувати модні тенденції [7, с. 250].

Для осмислення подібних припущень та їхньої більш раціональної організації в дизайні використовується поняття «проектний прогноз» (дизайн-прогноз), коли ще на стадії розробки та ескізного проектування запускається алгоритм припущення щодо кінцевого результату [там само].

У цілому, наголошуючи на важливості дослідження проблеми, винесеної в заголовок, ми вважаємо за доцільне розглянути три основні напрями, що обумовлюють практику дизайн-прогнозування трендів, у сфері моди й текстилю.

Сюди відносяться питання вивчення та застосування фізичних особливостей матеріалу, органолептики текстилю та виробів із нього.

Як і самого текстилю (як об'єкта дизайну), виробів із нього, що також виступають як окрема об'єктна дизайнерська складова.

Зрештою, Цей напрям описує комбінаторику першого та другого пунктів. До ключових трендів у межах нашої проблеми ми відносимо: екотенденції, крафт, вінтаж (пасеїзм) тощо.

У цьому питанні прогностичні особливості проектного дизайну виявляють себе надзвичайно яскраво, оскільки саме фізичні якості текстилю відповідають за базові

«точки руху» дизайн-концепції. Характерно, що способи використання матеріально-предметних властивостей текстилю до сьогоднішнього часу виступають предметом суперечок, де особливо багато спірних точок зору викликає опозиція «природне / синтетичне» [11].

На наш погляд, для розв'язання проблеми прогнозування трендів не настільки важливим є питання природності матеріалу. Суттєвішим у сенсі формування якісних, репрезентативних припущень є питання імітації властивостей одного матеріалу через застосування видозміни іншого; формування певних якостей матеріалу за рахунок композитних поєднань; а також пошук якісно нових властивостей уже існуючих текстильних матеріалів. У цьому сенсі ми цілковито погоджуємося з думкою М. Широковських, яка наголошує: «Додання плоским, гладких поверхнях різноманітних фантастичних ефектів є одним з факторів розвитку текстильних матеріалів» [8, с. 94]. По суті, саме трансформація природної текстури / фактури, а також природної органолептики поверхні матеріалу постає сьогодні як один із провідних інструментів дизайн-проектування текстилю, що підлягає попередньому прогнозуванню.

Наприклад, Т. Малік наголошує на тому, що «принципово нові матеріали в моді й декорі» виникають не так часто, що обумовлює тенденцію «зміни до невпізнання традиційних матеріалів» як одну з провідних. Так, шкіра піддається тонкій обробці і починає нагадувати шовк (роботи міланського кутюр'є Мауріціо Пекораро). Інші модельєри, навпаки, виварюють шовкові тканини, аби отримати «тканину незвичайної фактури» (Тетяна Парфьонова) [5, с. 121].

Справжній культ нових матеріалів як тенденція в дизайні текстилю починає фіксуватися у світовому контексті на початку 1990-х років, коли для багатьох дизайнерів так звані високо-технологічні матеріали з новими властивостями стали своєрідними символами «розкоші й шик». Ось як це описує Г. Шайзаданова: «Мікрофібра, тканини з мембранним покриттям, багатошарові тканини-бутерброди, тканини з металевими нитками і напилюваннями, тканини з “м'якими” кристалами і капсулами з ароматичними речовинами, матеріали, оброблені за допомогою лазера і хімічних реагентів, — неможливо перерахувати всі ці нові розробки, а тим більше припустити, що може з'явитися в майбутньому» [7, с. 251]. Відмітимо, що вже на початок 2000-х років натуральні матеріали знову повернулися до топ-тенденцій, а синтетика майже на десять років отримала іронічний статус «текстиль-пластика» [9, р. 185].

Зазначений приклад наочно показує наведену вище тенденцію циклічності модної індустрії, яка продовжує трансформації у трикутнику «матеріал — дизайн — тренд».

Проаналізовані нами джерела дозволяють стверджувати, що на сьогодні застосування натуральних матеріалів усе ж таки скорочується за рахунок синтетичних. З іншого боку, хоча стереотип сприйняття текстильної синтетики як

«дешевої» практично не фігурує у соціологічних дослідженнях та бріфах, а споживач у масі своїй готовий до сприйняття нового, натуральні матеріали продовжують бути порівняно дорогими для масового промислового використання.

Так, креативний директор київського Helen Marlen Mandarin Олена Пашенко підтверджує, що стереотипи щодо синтетичного одягу до цього часу існують, проте їх спростовують творчі знахідки дизайнерів і технічний прогрес: «Не потрібно ставити все штучні тканини в один ряд. Дешевий поліестер і матеріал, за розробкою якого стоять серйозні технології, — це кардинально різні речі» [3].

Зі штучними матеріалами продовжують експериментувати відомі модельєри та дизайнери (наприклад, Мартін Марджела, Хельмут Ланг і Рей Кавакубо), роботи яких так чи інакше впливають на виробників текстилю. Іншими словами, дизайн провокує певну художню тенденцію, що починає визначати виробничу пропозицію, яка, у свою чергу, після зміни повного циклу повертається до рук дизайнерів у новій якості та в оновленому матеріальному формулюванні.

Наприклад, саме завдяки відомому модельєру Демні Гвасалії (колекції Vetements і Balenciaga) попит на синтетику вийшов на новий шабель у циклі видозміни моди. Так, дизайнер Ізабель Маран підтримала тренд, пропонуючи синтетичні «вітровки», а Марі Катрантзу розвинула ідею застосування синтетики у демонстрації спідниць соковитих кольорів.

Особливо наголосимо на тому, що фахівці та критики відмітили високу якість нових матеріалів, яка за деякими показниками не лише не поступалася, але й була вищою від якості традиційних матеріалів (наприклад, щодо стійкості до фізичних і хімічних змін та універсальністю застосування).

є наступною тенденцією, яка визначає генезис дизайну текстилю. За останні півстоліття серед усіх відомих на сьогодні трендових тенденцій, які впливали на побудову «модного обличчя» в індустрії текстилю, безумовно, першою та головною залишався і залишається колір.

Серед усього комплексу інновацій футур-естетиці кольору відводиться особливе місце. Більшість провідних кампаній, що є лідерами не тільки у сфері проектування тканини, а й у її виробництві та реалізації, не вважають за можливе лишати питання трендовості кольору на другому плані.

На наш погляд, у межах цієї тенденції прогнозованість сучасного руху моди виявляє себе особливо чітко та послідовно. Нагадаємо, що об'єктивні оцінки параметрів кольору були запропоновані ще на початку ХХ століття Д. Максвеллом і Г. Гельмгольцем, а 1931 року пройшла сертифікацію перша міжнародна система «кольорометрії» (вимірювання кольору через формальні математичні показники) [2, с. 253]. Усе це зрештою привело до появи доволі розгалуженого інструментарію оцінки, уніфікації та визначення

кольору, який раніше виступав як суто художнє явище, котре вважалося вкрай суб'єктивним та неможливим для уніфікації. Нарешті, поява інституту Pantone та його високий авторитет на ринку моди узагальнили практику прогнозування та надали можливість промисловцям і виробникам текстилю наперед визначати модність чи аутсайдеризм певної тенденції застосування кольору.

Наприклад, кольором року 2018 Pantone назвав ультрафіолетовий (Ultra Violet) [1], який обрали за асоціаціями «із галактиками, космосом, містичністю і духовними пошуками», а також «багатством, майстерністю, церковною владою і нонконформізмом».

Варто відмітити, що практика побудови прогнозів щодо тенденцій застосування кольору не є надто простою. Вона визначається на базі великої кількості параметрів, що охоплюють сфери виробництва, індустріальних можливостей підприємств, проблему соціального сприйняття та психології моди тощо. Серед усього розмаїття та багатогранності індустрії застосування кольору, відтак, важливими постають декілька параметрів, що є базовими для будь-якого прогнозу.

По-перше, це визначення так званих нейтральних, висхідних кольорів, що є менш схильними до трансформацій і «пластичних» тенденцій моди. Зазвичай вони перебувають в ахроматичній зоні спектра (наприклад, цього року йдеться про бежеві відтінки).

По-друге, це визначення сезонних тенденцій, які впливають на загальне уявлення про трендовість та характеризують певну зону «можливого і неможливого». Саме на цьому рівні колір стає елементом конкретного модного тренду, колір набуває вираження у дизайні речі та перетворюється на носія не тільки кольорової репрезентації, але й закладеної дизайнером функції. Відтак, входить до простору модного об'єкта й починає, поряд із іншими засобами виразності, визначати його сутність.

Серед домінуючих сьогодні тенденцій у дизайні текстилю виокремимо кілька найбільш репрезентативних.

Турбота про навколишнє середовище та природу у більш широкому сенсі слова є сьогодні загальносвітовою тенденцією, яка має виразні риси у сфері моди, виробництва одягу та текстилю. Як зауважує Клаудіо Луті, президент виставки Salone del Mobile, дизайнер сьогодні думає не тільки про те, як зробити модний об'єкт, але й про те, як його утилізують без шкоди для навколишнього середовища [10].

У контексті прогнозування екотренд підлягає аналізу в декількох напрямках.

По-перше, в аналізі зазначених тенденцій домінує не стільки питання «екологічності» текстилю, скільки проблема екологічної «етики», яка трансформує проблему із суто утилітарної (які матеріали дизайнери використовують у роботі) на комплексну (у яких умовах виробляється текстиль та як він утилізується). Відтак, поняття «етичний дизайн» включає в себе і проблематику виробництва, в якому використовуються «зелені»

технології, мінімізуються витрати енергії та води, не забруднюється середовище шкідливими викидами тощо.

По-друге, звертає на себе увагу прагнення дизайн-середовища розглядати в межах спільного комплексу екологічних проблем питання естетики та функціональності виробів. На наше переконання, дизайн текстилю, поряд із іншими видами дизайнерської діяльності, є частиною професійної екологічної свідомості, яка орієнтує фахівця на екоестетику. Приміром, за словами Т. Малик, «“гарний” текстильний виріб або тканина мають бути екологічно чистими, позаяк цей показник стає так само важливим, як і споживча якість виробу, його ергономічність, функціональність, економічність та простота в користуванні» [5, с. 120].

Така взаємодія понять «екологічно коректне» та «естетично красиве» суттєво змінює саму сутність оцінки художніх властивостей текстилю. У такий спосіб дизайн-спільнота формує бар'єр неприйнятності для екологічно «брудних» матеріалів та технологій, що має тримати остеронь від трендів «інфіковану» естетику.

Окремо наголосимо на тому, що екотренд має специфічний вплив на художню складову дизайну текстильних виробів ще з однієї точки зору. Українським важливим є питання стилістики декорування текстилю у так званому природному стилі, що імітує натуральні поверхні, кольорову гаму квіткових або рослинних елементів, моделює біонічні патерни в орнаментуванні тощо. Спектр художніх засобів у цьому напрямі екотенденції є вражаюче широким: від імітаційної стилістики, що регламентує безпосереднє віддзеркалення природних явищ у «готовому» вигляді, до специфічного декорування за мотивами так званого натурізму — відображення природи через сучасні культурні коди та змісти моди.

У цьому сенсі значимим особливу актуальність стилістики «станковізму», яка виявляє себе у застосуванні в оздобленні текстилю акварельних малюнків або їх змістовних фрагментів. Розвивають цей підвид екодизайну чимало сучасних кутюр'є, для яких художня складовою органічно поєднується з екотехнологією та функціональністю виробів. Наприклад, Тріше Гилд, британська дизайнерка (засновниця компанії Designers Guild), експериментує з естетикою стилю тай-дай (від англ. *tie* — зав'язувати, скручувати і *dye* — фарбувати). Її роботи насичені «акварельними» натуральними відтінками, є легкими та відчутно природними.

виступає як ще один тренд, що є прикладом прогнозованості «поведінки» дизайну в контексті розвитку модної індустрії початку XXI століття. Підкреслимо той факт, що визначення цього явища викликає певні суперечки, адже природний зміст пасеїзму — це насамперед вираження неприйняття сучасності в її модернових проявах, покликання до старовини як до джерела натхнення та художньої образності. Близькими до сутності пасеїзму є вінтаж та ретро-тренд, які в галузі дизайну текстильних виробів

позначають переважно дизайн готових виробів, а не тренд щодо матеріалу та властивостей репрезентації кольору.

Для пасеїзму як тренду є властивою інтеграція старовини в сучасне бачення стилю та стильності. Елементи минулого, задіяні через кольорові або якісні мотиви, стають основою для сегментування текстилю як вінтажного, антикварного, старовинного (іноді навіть архаїчного). У цьому процесі є місце для різних виражальних засобів, серед яких найбільшу популярність мають два напрями: 1) імітація використаної фактури (так званий юз-текстиль, від англ. *use* — використовувати); 2) застосування мотиву історичних стилів та модних тенденцій минулого (наприклад, «тканина ар нуво», «рокалійний орнамент» тощо).

В окремих випадках поєднання цих двох напрямів формує цікаві гібридні форми, як, приміром, тренд «ню-нордик», що здобув популярність на хвилі інтересу до скандинавського дизайну. Сьогодні серед компаній, які послуговуються зазначеним трендом, переважають данські: Muuto, Woud, Fritz Hansen, Carl Hansen & Son, Fredericia та ін. Достатньо прогнозовано транслюють естетику «ню-нордик» і сучасні італійські виробники, яких не можна запідозрити у заграванні з малобюджетною аудиторією (Flexform, дизайн-бренд Magis тощо).

Укотре звернемо увагу на те, що подібні ретропроекти не просто представляють намічену аналітиками тенденцію, але й формують елементи циклічного генезису моди, де дизайну текстилю відведена особлива роль.

Ретропроекти займають усе більше місця в нашому житті. Наприклад, незвичайним способом був представлений проект фабрики Rubelli на Milan Design Week 2018: історичний трамвай 1928 року став об'єктом колаборації дизайнера Хрестини Челестино з цією знаменитою текстильною фабрикою; вуличний транспорт та міланський кінотеатр Corallo надихнули дизайнера на створення нової колекції тканин Rubelli. Отже, концепція проекту була зорієнтована скоріше на дизайн середовища та інтер'єрні рішення, а стала промоутером дизайну текстилю, який увібрав у себе естетику та стильові нюанси первинного задуму.

Із пасеїзмом безпосередньо пов'язаний і ремісничий дизайн («ручний» дизайн, хенд мейд). Проте, на відміну від попередньої тенденції, особливості цього напрямку мають більш виразну спрямованість на виокремлення рис (якостей) матеріалу та його колірно-фактурної репрезентації.

І знову, як і в багатьох інших випадках, ми фіксуємо два варіанти розгортання естетики тренду, де перший спрямований на художню імітацію ручного малюнка, ремісничого, дещо неохайного орнаменту тощо; натомість другий — зосереджений на експериментуванні з ручним

виробництвом, застосуванні ремісничих методів виготовлення; штучних — спрямованих на невелику партію товарів — технологій та ін.

У контексті першого варіанту чи не головним у дизайні текстилю постає синтез різних образів: поєднання геометричних смужок і квіткового орнаменту; змішування різних тем, стилів і технологій декорування, що остаточно повертає дизайн до декоративності у сенсі «рукотворного» малюнку [8, с. 97].

У свою чергу, тенденція craft у своєму виробничому амплуа розвиває дизайн текстильного виробу як продукту високих технологій, що містить певний «відбиток» ручної праці та ремісничої роботи [9, р. 186]. Яскравим прикладом цього є японський принцип wabi-sabi, де акцент робиться на використанні предметів та об'єктів, що мають природні недосконалості, котрі підкреслюють їхню «справжність».

Висновки. Проаналізований матеріал дозволяє зробити наступні висновки:

1. Практика прогнозування трендів у дизайні текстилю є сьогодні одним із центральних інструментів в індустрії моди, що визначає характер та якість головних стратегій виробництва, просування та художньої репрезентації текстилю. Можливість формувати тенденції доволі швидко заступила собою прагнення до їхнього передбачення. Наразі прогностика є скоріше якісним та аналітично виваженим навіюванням, яке наперед формує відповідний попит на моду та стилістику.

2. На наш погляд, структура прогнозування трендів у дизайні текстилю виражається через три основні напрямки: а) прогнозування матеріально-предметних властивостей текстилю; б) прогностика у репрезентації кольору і самого текстилю (як об'єкта дизайну) і виробів з нього; в) прогнозування ключових трендів, які формуються та стають структурно цілісними художніми явищами під час поєднання властивостей матеріалу та кольору, комбінаторно поєднуючи перший та другий напрями.

3. Серед найбільш репрезентативних трендів, що в дизайні текстилю є прикладами прогностичного проектного бачення, слід визначити еко-тренд, пасеїзм та крафт-тренд. Саме ці тенденції проаналізовані нами як приклади узагальненого системного підходу, що репрезентують дизайн текстилю за сучасними вимогами.

У їх застосуванні простежується подвійна художньо-естетична природа індустрії моди: імітаційна, з одного боку, що зорієнтована на продукування певних готових рішень та художніх зразків (наприклад, імітація акварельного малюнку чи природної фактури); та виробнича, яка зосереджується на відтворенні текстилю, його матеріальних властивостей та якостей (наприклад, створення текстилю ручним способом, внесення до високих технологій виробництва елементів хенд мейду).

Література:

1. Pantone назвав головний колір 2018-го року [Електронний ресурс] // Vogue.ua : [веб-сайт]. — 07.12.2017. — Режим доступу : <https://vogue.ua/ua/article/fashion/brend/pantone-nazval-glavnyy-cvet-2018-go-goda.html> (дата звернення : 01.04.2018). — Назва з екрана.
2. Андросова Э. Особенности восприятия цвета в костюме на рубеже веков : XX и XXI [Текст] / Э. Андросова // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С. Г. Строганова. — МГХПА, 2014. — № 2. — 292 с.
3. Брыкалин В. Синтетическое искусство : о моде на искусственные материалы [Електронний ресурс] / Вєня Брыкалин // Vogue.ua : [веб-сайт]. — 01.05.2018. — Режим доступу : <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/sinteticheskoe-iskusstvo-o-mode-na-iskusstvennye-materialy.html> (дата звернення : 01.05.2018). — Назва з екрана.
4. Лифар-Чавченко А. О. Колірні тенденції в сучасному дизайні одягу [Текст] / А. О. Лифар-Чавченко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура. — 2011. — № 7. — С. 76–78.
5. Малик Т. В. Экотекстиль — стилевое направление развития дизайна текстиля [Текст] / Т. В. Малик // Материалы VI Международной научно-практической конференции «Образование. Наука. Культура» (21 ноября 2014 г.) : сб. науч. статей / под общ. ред. проф. Б. В. Илькевича ; отв. ред. Н. В. Соловьева. — Гжель : ГХПИ, 2015. — С. 120–124. — ISBN 978-5-903151-22-6.
6. Чуприна Н. В. Еклектизм як засіб формування модних тенденцій в сучасній індустрії моди [Текст] / Н. В. Чуприна, Т. М. Остапенко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура. — 2014. — № 2. — С. 51–55.
7. Шайзаданова Г. Факторы, влияющие на развитие моды и возможность прогнозирования моды [Текст] / Г. Шайзаданова // Новое в технике и технологии текстильной и легкой промышленности : материалы междунар. науч. конф., г. Витебск, ноябрь 2011 г. : в 2 ч. Ч. 1 / УО «ВГТУ». — Витебск : ВГТУ, 2011. — С. 249–251.
8. Широковских М. Тенденции развития интерьерного текстиля в XXI веке на примере марок Rubelli, Armani Casa, Missoni, Fendi, Aldeco, Tormenta [Текст] / М. Широковских // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. — 2013. — № 198. — С. 93–97.
9. Dickinson K. The use of colour in textile design [Текст] / K. Dickinson // Textile Design / Edited by : A. Briggs-Goode and K. Townsend. — Woodhead Publishing Limited, 2011. — P. 171–191. — ISBN 978-1-84569-646-7. — <https://doi.org/10.1533/9780857092564.index>.
10. Salone del Mobile. Milano 2018 (April 17–22) : [концепція проекту] // З особистого архіву М. П. Чумаченко.
11. The future of textiles sourcing : Exploring the potential for digital tools [Текст] / Bruna Petreca, Douglas Atkinson, Nadia Bianchi-Berthouze, Dominic Furniss, Sharon Baurley // The colors of care : proceedings of 9th International Conference on Design & Emotion. — Elsevier, Bogota, Colombia, 2014. — P. 366–377. — ISBN 978-958-774.

References:

1. Pantone nazvav glavniy kolor 2018-go roku [Pantone named the main color of 2018]. (2017, Desember 7). *Vogue.ua*. Retrieved from <https://vogue.ua/ua/article/fashion/brend/pantone-nazval-glavnyy-cvet-2018-go-goda.html>. (In Ukrainian).
2. Androsova, E. (2014). Osobennosti vospriyatiya tsveta v kostyume na rubezhe vekov : XX i XXI [Features of perception of color in a suit at the turn of the century : XX and XXI]. *Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaia sreda. Vestnik MGKHPA — Decorative art and the subject-spatial environment. Bulletin of MSAIA*, 2, 292. (In Russian).
3. Brykalin, V. (2018, May 01). Sinteticheskoe iskusstvo : o mode na iskusstvennye materialy [Synthetic art : the fashion for artificial materials]. *Vogue.ua*. Retrieved from <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/sinteticheskoe-iskusstvo-o-mode-na-iskusstvennye-materialy.html>. (In Russian).
4. Lyfar-Chavchenko A. (2011). Kolirni tendentsii v suchasnomu dyzaini odiahu [Color trends in the modern design of clothing]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv — Bulletin of the Kharkov State Academy of Design and Arts*, 7, 76–78. (In Ukrainian).
5. Malik T. (2014). Ekotekstil — stilevoe napravlenie razvitiia dizaina tekstilia [Ecotextile — a style trend in the development of textile design]. In Education. The science. Culture : proceedings of VI Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya (21 noyabrya 2014 g.) — VI International Scientific and Practical Conference. B. V. Ilkevich & N. V. Solovev, eds, (pp. 120–124). Gzhel : GGKHPi. (In Russian).
6. Chuprina, N. & Ostapenko, T. (2014). Eklektyzm yak zasib formuvannia modnykh tendentsii v suchasniy industrii mody [Eclecticism as mean of fashion tendencies forming in modern fashion industry]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv — Bulletin of the Kharkov State Academy of Design and Arts*, 2, 51–55. (In Ukrainian).
7. Shaizadanova, G. (2011). vliyayushchie na razvitie mody i vozmozhnost' prognozirovaniya mody [Factors of fashion development and the possibility of forecasting fashion]. In Novoe v tekhnike i tekhnologii tekstilnoi i legkoi promyshlennosti : proceedings of Mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya (g. Vitebsk, noyabr 2011 g.) — The International Scientific Conference. (Part 2), (pp. 249–251). Vitebsk : VGTU. (In Russian).
8. Shirokovskikh, M. (2013). Tendentsii razvitiya inter'ernogo tekstilya v XXI veke na primere marok Rubelli, Armani Casa, Missoni, Fendi, Aldeco, Tormenta [Trends in the development of interior textiles in the 21st century by the example of brands Rubelli, Armani Casa, Missoni, Fendi, Aldeco, Tormenta]. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kultury — Proceedings of the St. Petersburg State Institute of Culture*, 98, 93–97. (In Russian).
9. Dickinson, K. (2011). The use of colour in textile design. *Textile Design*. A. Briggs-Goode and K. Townsend, eds, (pp. 171–191). Woodhead Publishing Limited. <https://doi.org/10.1533/9780857092564.index>. (In English).
10. Salone del Mobile. Milano 2018. (2018, April 17–22). *The personal archive of M. P. Chumachenko*. (In English, in Italian, in Ukrainian).
11. Petreca, B., Atkinson, D., Bianchi-Berthouze, N., Furniss, D. & Baurley, Sh. (2014). The future of textiles sourcing: Exploring the potential for digital tools. In *Proceedings of "The colors of care : 9th International Conference on Design & Emotion"*, (pp. 366–377). Elsevier, Bogota, Colombia. (In English).