

РОЗДІЛ II. ХУДОЖНЯ ТВОРЧІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ ЕСТЕТИКО-МИСТЕЦТВОЗНАВЧОГО АНАЛІЗУ

УДК 687.01: 687.112

*Білякович Ліана Миколаївна,
кандидат технічних наук,
професор кафедри дизайну одягу
Київського національного університету
культури і мистецтв
podium-lex@ukr.net*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ МОДЕЛІ, ПРИНЦИПИ І МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ КОСТЮМА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Мета статті – розкрити зміст основних принципів і методів прогнозування у дизайні в аспекті їх зв'язку з загальнонауковими принципами і методами прогнозування, основними концептуальними моделями динаміки моди та сучасною прогностично-дизайнерською практикою. **Методологія наукового пошуку** ґрунтується на принципах системного підходу, порівняльно-історичному та аналітичному методах. **Наукова новизна** публікації полягає у конкретизації теоретико-методологічного обґрунтування зв'язку основних принципів і методів прогнозування у дизайні з концептуальними моделями модної динаміки та висвітленні особливостей їх застосування на прикладі досвіду провідних тренд-бюро і тренд-сеттерів. **Висновки.** Аналіз теорії і практики прогнозування модних тенденцій засвідчує зумовленість принципів і методів прогностичної діяльності концептуальними моделями динаміки моди, передусім, циклічною, загальнонауковим досвідом прогностики та особливостями об'єкта прогнозування – складноорганізованої системи моди, що охоплює іманентну еволюцію форм костюма, соціокультурні зміни, соціопсихологічні установки, ціннісні орієнтації, очікування споживачів, діяльність дизайнерів тощо. У теоретико-методологічному, гносеологічному аспекті, розгляд принципів і методів прогнозування слугує єдиною ланкою між так званими «гранд-теоріями» модної динаміки та прикладними предметними дослідженнями. Відображена у циклічній моделі динаміки моди закономірність, повторюваність, зворотність її змін, супроводжуваних дією випадкових чинників, зумовлює застосування у прогнозуванні як інтуїтивних, так і формалізованих методів дослідження (екстраполяції, методу експертних оцінок, моделювання тощо), які на предметно-цільовому і структурному рівнях поєднують низку загальнонаукових і галузевих, родових і видових ознак. Одним із шляхів підвищення точності та ефективності прогнозу є звернення до кількох методів на різних етапах прогностичного дослідження.

Ключові слова: концептуальні моделі динаміки моди, принципи прогнозування у дизайні, методи прогнозування у дизайні, екстраполяція, метод експертних оцінок, метод моделювання.

Білякович Ліана Николаевна, кандидат технических наук, профессор кафедры дизайна одежды Киевского национального университета культуры и искусств

Концептуальные модели, принципы и методы прогнозирования в современном дизайне костюма: теоретический аспект

Цель статьи – охарактеризовать содержание основных принципов и методов прогнозирования в дизайне в аспекте их взаимосвязи с общенаучными принципами и методами прогнозирования, основными концептуальными моделями динамики моды и современной прогностически-дизайнерской практикой. **Методология** научного поиска основана на принципах системного подхода, сравнительно-историческом и аналитическом методах. **Научная новизна** публикации состоит в конкретизации теоретико-методологического обоснования связи основных принципов и методов прогнозирования в дизайне костюма с концептуальными моделями модной динамики и рассмотрении особенностей их применения ведущими тренд-бюро и тренд-сеттерами. **Выводы.** Анализ теории и практики прогнозирования модных тенденций подтверждает обусловленность принципов и методов прогностической деятельности концептуальными моделями динамики моды, прежде всего, циклической, общенаучным опытом прогностики и особенностями объекта прогнозирования – сложноорганизованной системы, включающей эволюцию форм костюма, социокультурные изменения, социопсихологические установки, ценностные ориентации, ожидания потребителей, деятельность дизайнеров и т.д. В теоретико-методологическом, гносеологическом аспекте рассмотрение принципов и методов прогнозирования является опосредующим звеном между так называемыми «гранд-теориями» модной динамики и прикладными предметными исследованиями. Отраженная в циклической концепции динамики моды закономерность, повторяемость, обратимость ее изменений, сопровождаемых действием случайных факторов, обуславливает применение в прогнозировании как интуитивных, так и формализованных методов исследования (экстраполяции, метода экспертных оценок, моделирования и др.), которые на предметно-целевом и структурном уровнях сочетают ряд общенаучных и отраслевых, родовых и видовых признаков. Одним из путей повышения точности и эффективности прогноза является применение нескольких методов на разных этапах прогностического исследования.

Ключевые слова: концептуальные модели динамики моды, принципы прогнозирования в дизайне, экстраполяция, метод экспертных оценок, метод моделирования.

Biliakovych Liana, Candidate of Technical Science, Professor, Department of Clothes Design, Kyiv National University of Culture and Arts

Conceptual models, principles and methods of forecasting in a modern costume design: theoretical aspect

The purpose of the article is to disclose the content of the main principles and methods of forecasting in design in the aspect of their connection with the general scientific principles and methods of forecasting, the main conceptual models of fashion dynamics and modern prognostic and design practice. **The methodology** of the scientific research is based on the principles of a systematic approach, the application of comparative and historical and analytical methods of research. **The scientific novelty** of the article is to concretize the theoretical and methodological support of the connection of the basic principles and methods of forecasting in design with the conceptual models of fashion dynamics and to highlight the peculiarities of their application on the example of the experience of the leading trend bureaux and trend setters. **Conclusions.** The analysis of theoretical representations of the dynamics of fashion and theory and practice of its forecasting confirms the precondition of the principles and methods of prognostic activity by the conceptual models, first of all, the cyclic one, general scientific experience of forecasting and specificity of the object of forecasting that is a complex system covering the immanent evolution of costume, socio-cultural changes, sociopsychological settings, value orientations, consumers' expectations, designers' activities, etc. In the theoretical and methodological and gnoseological aspects, the investigation of the principles and methods of forecasting serves as a link between the so-called "grand theories" of fashion dynamics and applied subject researches. The regularity, cyclicity, reversibility of its changes shown in the cyclic concept of fashion dynamics, accompanied by the

action of random factors, courses the application of both intuitive and formalized research methods in the forecasting (extrapolation, method of expert evaluations, modeling, etc.), which on the subject and purpose and structural levels combine a number of general scientific, "ancestral" and specific, type characteristics. One of the ways to improve the accuracy and effectiveness of the forecasting is to combine several methods at different stages of the prognostic studying.

Key words: conceptual models of fashion dynamics, principles of forecasting in design, methods of forecasting in design, extrapolation, expert estimation method, modeling method.

Постановка проблеми. Прогнозування є однією з найактуальніших і не вповні теоретично обґрунтованих науково-практичних проблем у дизайні костюма. Її значущість у площині дизайнерської діяльності та індустрії моди зумовлена необхідністю оптимізації індивідуально-творчого та виробничого циклів, опанування новими технологіями, розробки нових конструкцій, створення нових проектних зразків, планування обсягів виробництва з урахуванням еволюції «модних очікувань» та попиту; прийняття виважених рішень щодо стратегії тих чи інших компаній та їхньої комунікації зі споживачами; максималізації прибутку виробників і продавців модного одягу, які орієнтуються на тренди, визначені фахівцями з прогнозування у дизайні; узгодження дій усіх учасників процесу формування і поширення моди.

Вагомість теоретичного осмислення проблеми визначена, передусім, тим, що, як метод пізнання дійсності, заснований на узагальненні емпіричного матеріалу, виокремленні особливостей і закономірностей тих чи інших явищ і процесів у минулому і сьогоденні та передбаченні їхніх майбутніх станів чи напрямів розвитку, прогнозування потребує *наукового підґрунтя та теоретико-методологічної рефлексії*, пов'язаної з конкретизацією категоріально-понятійного інструментарію, концептуальних моделей, принципів, методів тощо, виявленням взаємозв'язку прогнозування у дизайні з загальнонауковими принципами прогнозування й визначенням засад їх специфікації у сфері моди.

Аналіз досліджень та публікацій. Попри вагомість прогностичної діяльності для модної індустрії і суспільства, її наукове вивчення є недостатнім й потребує подальшої предметно-методологічної диференціації і розвитку. Недоліком теоретичного дискурсу моди останніх десятиліть залишається «розрив» між дисертаціями, монографіями, публікаціями, присвяченими концептуальним засадам прогнозування у його зв'язку з соціокультурною динамікою і загальними закономірностями моди, та аналізом часткових прикладних аспектів модної прогностики.

Так, стратегії прогнозування у дизайні на ґрунті положень циклічної теорії обґрунтовували Н. Білей-Рубан, С. Бушуєва, С. Валіуліна, А. Лебсак-Клейманс, Р. Самарханова, Н. Філатова та ін. [4; 13]. У контексті проектування одягу питання розглядали Т. Бердник, О. Гофман, Р. Гузявічуте, А. Єлізаров, Т. Козлова, Ф. Пармон, Г. Петушкова [1; 7; 8; 11; 15].

З-поміж часткових аспектів прогнозування, висвітлених у публікаціях українських науковців, вкажемо на обґрунтування прогностичної ефективності багатомірного кластерного аналізу (Л. Білякович) [5], апробацію методу екстраполяції трендових кольорів на прикладі структурованих систем Ренесансу у їх

впливі на дизайн сучасного одягу (О. Воронцова) [6], аналіз уподобань широких верств суспільства як чинників розвитку моди (Н. Чупріна) [17], прогнозування трендових кольорів текстильних матеріалів методом екстраполяції (М. Івасенко, М. Александров, Я. Оренчина) [9], окреслення шляхів удосконалення процесу проектування чоловічих сорочок методами аналітичного прогнозування (М. Івасенко) [10], передбачення змін типової конструкції одягу (К. Пашкевич, Т. Вець) [16], виокремлення основних складників дизайн-прогнозу для розробки TREND-BOOK (Н. Білей-Рубан, Є. Седоухова, Е. Галушак) [3], узагальнення досвіду діяльності окремих тренд-бюро і тренд-сеттерів (О. Лагода) [12].

Водночас, дослідження підходів, принципів і методів прогнозування у сучасному дизайні костюма у взаємозв'язку з загальнонауковими принципами і методами прогностики, яке встановлює зв'язок між теорією і дизайнерською практикою, макро- і мікрорівнями вивчення питання, у вітчизняному дискурсі моди досі відсутнє. Подальшого уточнення та диференціації потребують дефініції вихідних понять.

З огляду на це, метою статті є розкриття змісту основних принципів і методів прогнозування у дизайні в аспекті їх зв'язку з загальнонауковими принципами і методами прогнозування, основними концептуальними моделями динаміки моди та сучасною прогностично-дизайнерською практикою.

Зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Робота виконана відповідно до цільової комплексної програми наукових досліджень Київського національного університету культури і мистецтв «Трансформаційні процеси в культурі та мистецтвах України» (Державний реєстраційний № 0107U009539).

Виклад основного матеріалу. Розкриття специфіки принципів і методів прогнозування у дизайні костюма вимагає конкретизації предмету прогнозування у його структурно-функціональних характеристиках, статиці і динаміці, та уточнення визначень вихідних понять.

Так, згідно однієї з перших офіційно визнаних дефініцій дизайну (Т. Мальдонадо, 1964 р.), останній осмислено як творчу діяльність, метою якої є «кристалізація формальних якостей промислових виробів», що включають «і зовнішні риси виробу, і структурні та функціональні взаємозв'язки, які перетворюють виріб у єдине ціле як з погляду споживача, так і виробника» [6, 192]. На сьогодні поняттям «дизайн» означається і сама *дизайн-діяльність*, і її *результати*. У переважній частині дефініцій акцентовано на процесуальному аспекті дизайну як *проектної* діяльності, спрямованої на певний *результат*.

Відповідно, під «дизайном костюма» розуміють художньо-проектну діяльність, об'єктом якої є створення вбрання, що *відповідає моді* та сучасним *модним тенденціям*. Відтак, вже у визначення дизайну закладено *змістовно-темпоральний вимір*, вказівку на *необхідність прогнозування*, основні напрями та аспекти якого визначаються особливостями *костюма* як художньої системи предметів та елементів одягу, взуття, аксесуарів, доміантною функцією якої є знаково-символічна [14, 108], та *моди* – сукупності звичок і смаків, що домінують у певному середовищі у певний період, та модних зразків, які відображають ці смаки.

Таким чином, маємо підстави стверджувати, що сутність, напрями, принципи та методи прогнозування у дизайні, зумовлюються, з одного боку, особливостями *об'єкта прогнозування* у його *структурно-функціональних* і *діахронічних, динамічних* характеристиках, з іншого – *загальними принципами прогнозування* як пізнавальної діяльності, предметом якої є *перспективи розвитку* того чи іншого явища чи процесу, а метою – їх комплексна, диференційована, компетентна оцінка.

Важливим є також те, що конкретизація принципів і методів прогнозування модної динаміки передбачає створення *моделі* останньої, яка відображає фундаментальні, сутнісні з обраної пізнавальної позиції, її аспекти.

Однією з найпоширеніших у світовій і вітчизняній теорії дизайну є *циклічна модель*, заснована на узалежненні модної динаміки соціокультурними циклами; визнанні стійкості, повторюваності, передбачуваності модних тенденцій; чергувань рівноваги і дезінтеграції у розвитку системи моди (А. Кребер, Д. Робінсон, Д. і Е. Лове, Н. Барбер, А. Янг, М. Джекобс; О. Гофман, Р. Гузавічуте, Т. Козлова, Р. Самарханова, Н. Філатова, Л. Ятіна; Н. Білей-Рубан, Є. Седоухова, Е. Галушак та ін.). Репрезентації змісту концепції слугують поняття «модних циклів», «модних об'єктів», «зміни модних стандартів», «модних інновацій», «хвилі», «маятника» тощо; диференціація довготривалих і короткочасних, повних і відносних циклів; циклів, що описують динаміку *модних об'єктів*, та циклів, пов'язаних із *поширенням і прийняттям моди споживачами* [7, 56–57]; виокремлення іманентних моді і зовнішніх, сутнісних і випадкових чинників. Важливим складником «циклічних теорій» є пошук параметрів модної динаміки: зміни силуету, загального образу, або ж тих чи інших елементів костюма.

Особливості *циклічної моделі динаміки моди* визначають *принципи прогнозування*, як-от: урахування циклічності змін; їх зворотності, повернення до тенденцій минулого, позбавлене абсолютного повторення; побудову прогнозу на основі аналізу минулих і сучасних тенденцій моди; виділення у трендах, що домінують у той чи інший період, закономірних, базових складників [13, 83–84].

Деякі науковці, до прикладу, А. Лебсак-Клейманс, обстоюють доцільність застосування моделей еволюціонізму і динамічного соціального поля в осмисленні еволюції моди [13, 32–60]. Попри дискусійність пропозиції в окремих аспектах, відзначимо, що з виокремлених дослідницею *принципів прогнозування* загальнозначущими у *trend-практиці* є: урахування підвищення складності модних об'єктів та кумулятивного характеру модних змін [13, 38]; розгляд у якості джерел динаміки моди соціокультурного тла, еволюції смаків, ціннісних орієнтацій споживачів і виробників модної продукції, розвитку індустрії моди; сприйняття будь-якого прогнозу як імовірнісного у зв'язку з непередбачуваністю наслідків впливу тих чи інших агентів процесу [13, 59–60]. Вважаємо, що перелічені принципи відповідають сьогоденним тенденціям, які з позицій системного підходу можуть бути інтерпретовані як удосконалення структурно-функціональної організації системи моди, плюралізація її зовнішнього і внутрішнього «інформаційно-комунікативних полів» та ускладнення взаємодії з зовнішнім середовищем.

Розглянемо *особливості методів прогнозування* у сучасному дизайні костюма в аспекті їх співвідношення з загальнонауковими методами прогностики та апробації у діяльності провідних тренд-бюро і тренд-сеттерів.

Насамперед зазначимо, що згідно усталеної точки зору під *методом прогнозування* розуміють сукупність практичних прийомів і способів мислення, які дозволяють «на основі ретроспективних даних, екзогенних (зовнішніх) та ендогенних (внутрішніх) зв'язків об'єкта прогнозування, а також змін у межах досліджуваного об'єкта чи процесу, сформувати імовірнісне судження щодо їхнього майбутнього розвитку» [13, 89]. Результатом застосування того чи іншого методу чи їхньої сукупності є *прогноз* (forecast) – засноване та знанні найбільш загальних закономірностей, репрезентоване у вербальній, математичній, графічній або ж іншій формі, наділене високою мірою вірогідності судження про можливі якісні і кількісні параметри об'єкта та його середовища у майбутньому. Поєднання прийомів (способів) здійснення прогностичних операцій, одержання і обробки інформації, утворює *методику прогнозування*, а науково обґрунтовані, систематизовані знання про способи, методи, підходи прогнозування – його *методологію*. У свою чергу, під *системою прогнозування* розуміють упорядковану сукупність методик і технічних засобів, призначених для прогнозування складних явищ і процесів.

Необхідно мати на увазі, що прогнозування є багаторівневим процесом, у якому поєднуються різноманітні методи й вирішується значна кількість завдань. У наступному викладі зважаємо й на те, що як різновид наукових методів прогнозування, методи прогнозування у дизайні поєднують низку «родових», загальних та специфічних, видових ознак.

Як відзначалося раніше, специфікація загальнонаукових методів прогнозування щодо *прогнозування у дизайні* визначається особливістю об'єкта прогнозування – *моди* як здатної до саморегуляції і саморозвитку складноорганізованої системи з диференційованими зовнішніми і внутрішніми структурно-функціональними зв'язками, динаміку якої концептуалізовано у циклічній моделі. При цьому у сучасному fashion-прогнозуванні виокремлюється два основних підходи, перший з яких пов'язаний з прогнозуванням власне *модних об'єктів* (загальної форми костюма або ж його елементів), другий, більш поширений у світовій практиці, – з комплексним прогностичним аналізом *усіх структурних компонентів моди* (очікувань споживачів, їхнього способу життя, ціннісних орієнтацій, соціопсихологічних установок, соціокультурного середовища тощо).

Таким чином, визначником особливостей методів прогнозування у дизайні постає дуальна, об'єктивно-суб'єктивна, закономірно-акцидентна природа контекстуально осмисленого феномену моди – у єдності іманентних закономірностей її розвитку, споживацьких очікувань, знахідок визначних дизайнерів, змін соціокультурного середовища тощо.

Специфікаторами методів fashion-прогнозування є сутність і мета дизайнерської діяльності, спрямованої на створення модних об'єктів, які відповідають «духові часу», позначені новаційністю, узгоджені з «модними очікуваннями» і потенційним попитом. Зокрема інтенціями дизайнерської

творчості зумовлюється те, що з нормативного і пошукового видів прогнозу у fashion-індустрії переважає останній, орієнтований на визначення майбутніх тенденцій моди.

Із загальнонауковим досвідом прогнозування дизайнерську прогностику поєднує спільність етапів: прогнозного обґрунтування (визначення об'єкта, мети і завдань прогнозування; формулювання гіпотез; організації прогностичної процедури тощо); вивчення попередніх станів об'єкта і тла його розвитку; розробки програми; формування прогнозу; його верифікації, тобто оцінки обґрунтованості, достовірності, точності; порівняння одержаних і альтернативних прогностичних результатів; їх корегування, уточнення, конкретизації; розробки практичних рекомендацій [2, 202–205].

Хроноструктурно, з боку *об'єкта прогнозування*, останнє поділяється на: *ретроспекцію*, спрямовану на аналіз розвитку тих чи інших явищ і процесів у минулому; *діагностування* їх актуальних параметрів; *проспекцію* (власне *прогноз*) – визначення перспектив змін об'єкта на підставі попередніх даних. Першочергового значення у fashion-прогнозуванні набуває визначення *тренду* – від його зародження в інноваціях до максимального поширення і завершення розвитку.

За критерієм *змісту прогностичної діяльності*, пізнавальної активності *суб'єкта прогнозування*, в останньому, на думку Е. Бреннон, виокремлюються: збір інформації, її аналіз, інтерпретація та формування уявлень про модні тенденції [19, 31].

Як і загалом у науковій прогностиці, за *мірою формалізації* методи прогнозування у дизайні поділяються на *інтуїтивні*, засновані на індивідуальних або колективних судженнях і оцінках експертів, та *формалізовані*, пов'язані з побудовою прогностичних моделей, що дозволяють визначити закономірності розвитку об'єкта та передбачити його стани у майбутньому.

У реальній практиці fashion-прогнозування застосовують, переважно, *екстраполяцію* та *експертні оцінки*, у першій з яких домінують формалізовані, у других – інтуїтивні складники.

Екстраполяція полягає у вивченні стійких у минулому і в сьогоденні тенденцій розвитку моди та їх проектуванні у майбутнє. Підґрунтям для застосування методу слугують циклічна концепція модної динаміки; гіпотеза, що ретроспекційні і актуальні тенденції залишаться незмінними на період прогнозу, або ж можна передбачити напрям їхніх змін [9; 13, 97–98]; переконання у зумовленості розвитку моди «ідеями попередників» і вже здобутими успіхами (Е. Brannon) [19, 60].

Перевагою методу є об'єктивність, формалізованість, чітка структура процедури, простота інструментарію, можливість використання статистичних даних, висока достовірність результатів, поєднання кількісних та якісних показників. Недоліком – ефективність переважно у короткочасних прогнозах і прогнозах загальної форми костюма як більш стійкої, аніж окремі елементи (колір, оздоблення, орнамент), ознаки моди; неможливість застосування в умовах високої «турбулентності» середовища модних змін.

Підвищенню точності екстраполяції сприяють різноманітні прийоми, один із яких полягає у корегуванні визначень тренду з урахуванням досвіду прогнозування у галузі та контекстів досліджуваних процесів [9].

У практиці прогнозування в індустрії моди другої половини ХХ – початку ХХІ ст. метод екстраполяції застосовували відомі дослідники-forecaster і тренд-бюро: компанія Kjaer Global (Великобританія), компанія Iconoculture (США), Faith Popcorn (Фейт Попкорн) – співзасновниця компанії по маркетинговому консультуванню BrainReserve [18, 14; 22, 4].

Одними з найпоширеніших у fashion-прогнозуванні є *експертні методи*, засновані на оцінках експертами динаміки моди у сьогоденні і майбутньому. Безумовними їх перевагами є економічність; ефективність у прогнозуванні довготривалих трендів у ситуації невизначеності умов, мінливості зовнішнього середовища, обмеженості інформації, відсутності чітких алгоритмів вирішення поставлених завдань; недоліками – суб'єктивність та неможливість верифікації результатів.

Умовою застосування експертного методу є гарантована компетентність експертів і мінімалізація суб'єктивності суджень. Останнє досягається, зокрема, завдяки збору інформації, так званому «скануванню»: соціокультурного середовища, модних трендів, споживчих ринків тощо – з метою якнайглибшого осягнення сучасності і передбачення fashion-майбутнього [19, 10–11, 19]. Об'єктивності сприяє залучення до роботи груп експертів (*метод комісії*) або ж узагальнення результатів кількаразового індивідуального опитування фахівців, які після кожного етапу роботи ознайомлюють з висновками колег і вносять корективи у власні судження (*метод Делфі*).

Різновидом експертного методу є *сценарний*, завдяки якому майбутні «сценарії» розвитку модних тенденції моделюються на підставі раціонального аналізу відомих фактів, інтуїтивного осягнення дії випадкових чинників і передбачення спонтанних змін (*key uncertainties*).

Популярними у межах застосування експертного методу є «*мозкові атаки*» (*brainstorming method*), засновані на інтенсивній імпровізаційній генерації ідей у процесі обговорення тієї чи іншої прогностичної проблеми.

У сучасній прогностичній практиці експертними методами активно послуговуються тренд-бюро і дослідники-forecasters, зокрема Faith Popcorn (Фейт Попкорн) і компанія BrainReserve, орієнтовані на сканування еволюції художніх форм («високої культури»), локальних культурних тенденцій, поп-культури та соціопсихологічних установок споживачів [21, 238]. Узвичаєною практикою BrainReserve є «мозкові атаки», індивідуальні та колективні експертні опитування.

Прикладом успішного застосування методу є практика засновниці дослідницького центру Trend Union, голландки Лі Еделькорт (Edelkoort), яка наголошує на необхідності побудови експертних оцінок на основі інтуїтивного осягнення найрізноманітніших аспектів дійсності (мистецтва, звичаїв, політики, кулінарних пріоритетів, інтересів споживачів тощо) у процесі безпосереднього живого сприйняття. Підсумки роботи компанії оприлюднюються на щорічних

конференціях експертів з наступною публікацією звітів в аналітичних Trend-Book: Trend Forcast (прогнози провідних модних тенденцій), Colour Forcast (колористичний прогноз на сезон), Patter Book (прогноз домінантних мотивів і кольорів), The Key (прогноз основних форм і деталей костюма) тощо.

Сканування культурних явищ, соціопсихологічних установок, ціннісних орієнтацій з метою експертної оцінки мегатрендів упроваджено у практику компанії Iconoculture [20]. До методу «мозкового штурму» звертаються фахівці компанії Kjaer Global.

Ефективність методу експертної оцінки засвідчує досвід Helmut Lang (Хельмута Ланга), який на початку 2000-х рр. передбачив, що через два десятиліття світові будинки моди згадають про модні тенденції межі сторіч і цитуватимуть самих себе. Сьогодні прогноз став реальністю. Переважна частина брендів цитують поп-культуру кінця 1990-х – початку 2000-х: від прямих цитат Fenty X Puma до постмодерністських варіацій Демни Гвасалії (Balenciaga); від плюшевих костюмів Juicy Couture до агресивного гламуру Донателли Версаче, а Будинок Kenzo запропонував стати обличчям своєї реклами Брітні Спірс – уособлення стилю тієї епохи.

Перспективним, формалізованим, корелятивним циклічній моделі модної динаміки, однак значно менш поширеним у світовій прогностичній практиці другої половини ХХ ст., є метод *моделювання* у його математичних і «змістових» модифікаціях [13, 112–116], який дозволяє імітувати сценарії розвитку модних тенденцій при різних «причинних структурах» та впливах зовнішніх і внутрішніх чинників.

Перевагами методу є об'єктивність, аналітичність, точність виміру вихідних даних; недоліками – властиве будь-якому моделюванню спрощене, схематизоване відображення дійсності в окремих, істотних щодо завдань дослідження аспектах; неможливість урахування усіх суб'єктивних чинників та складних взаємодій між елементами моди, модою і соціокультурним середовищем; обмеженість застосування щодо неформалізованих процесів [13, 114–115].

У світовій практиці до методу моделювання звертаються фахівці компанії Iconoculture. У вітчизняному fashion-прогнозуванні математичні методи моделювання застосовано у працях О. М. Воронцової та автора пропонованої статті [5; 6]. Ефективність методу підтверджують й інші дослідження українських прогнозистів моди [10].

Підсумовуючи зауважимо, що у, в діяльності провідних тренд-бюро і тренд-сеттерів, простежується поєднання кількох методів, спрямоване на подолання обмеженості кожного із них, підвищення достовірності, точності, різнобічності, ефективності прогнозів та охоплення усіх сегментів системи моди – від іманентної еволюції модних форм до очікувань споживачів та змін у суспільстві в цілому.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Отже, аналіз теорії та практики прогнозування модних тенденцій засвідчує зумовленість принципів і методів прогностичної діяльності концептуальними моделями динаміки моди, передусім, циклічною, загальнонауковим досвідом прогностики та особливостями об'єкта прогнозування – складноорганізованої системи моди, що охоплює

іманентну еволюцію форм костюма, соціокультурні зміни, соціопсихологічні установки, ціннісні орієнтації, очікування споживачів, діяльність дизайнерів тощо. У теоретико-методологічному, гносеологічному аспекті, розгляд принципів і методів прогнозування слугує єднальною ланкою між так званими «гранд-теоріями» модної динаміки та прикладними предметними дослідженнями.

Відображені у циклічній концепції повторюваність, зворотність змін моди, супроводжуваних дією випадкових чинників, зумовлює застосування у прогнозуванні інтуїтивних і формалізованих методів дослідження (екстраполяції, методу експертних оцінок, моделювання тощо), які на предметно-цільовому і структурному рівнях поєднують низку загальнонаукових і галузевих, родових і видових ознак. Одним із шляхів підвищення точності та ефективності fashion-прогнозу є поєднання кількох методів на різних етапах прогностичного дослідження. Перспективи подальшого розгляду порушеної проблеми полягають у ретельному вивченні еволюції принципів і методів прогнозування в історії дизайну у другій половині ХХ ст. – на початку ХХІ ст.; узагальненні світового досвіду та окресленні перспектив його рецепції у національному fashion-просторі.

Література

1. Бердник Т. О. Архитектоника костюма (Социокультурная динамика) : дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Т. О. Бердник. – Ростов-на-Дону, 2004. – 147 с.
2. Бестужев-Лада И. В., Наместникова Г. А. Социальное прогнозирование / И. В. Бестужев-Лада, Г. А. Наместникова. – М. : Педагогическое общество России, 2002. – 392 с.
3. Білей-Рубан Н. В., Седоухова Є. В., Галушак Е. І. Основні складові дизайн-прогноза в області моди для розробки TREND–BOOK / Н. В. Білей-Рубан, Є. В. Седоухова, Е. І. Галушак // Технології та дизайн : електронне наук. фах. вид. – К. : КНУТД. – 2016. – № 2 (19) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/1986/1/td_2016_N2_12.pdf
4. Білей-Рубан Н. В., Седоухова Є. В., Галушак Е. І. Прогнозування моди та особливості формування дизайн-прогнозу на основі циклічного підходу / Н. В. Білей-Рубан, Є. В. Седоухова, Е. І. Галушак // Легка промисловість. – 2016. – № 4. – С. 27–30.
5. Білякович Л. М., Воронцова О. М. Математичне визначення колористичної спорідненості структурованих художніх систем Ренесансу : багатомірний кластерний аналіз // Авторське свідоцтво № 55862 : науковий твір з питань мистецтва : а. с. 55862 Україна / № 56199 ; заявл. 02.06.2014 ; опубл. 01.08.2014, Бюл. № 34.
6. Воронцова О. М. Італійський світський костюм XV–XVI ст. та його вплив на дизайн сучасного одягу : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07 / О. М. Воронцова ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – К., 2014. – 22 с.
7. Глазычев В. Л. О дизайне : очерки по теории и практике дизайна на Западе / В. Л. Глазычев. – М. : Искусство, 1970. – 192 с.
8. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. – Изд. 4-е, испр. и доп. / А. Б. Гофман. – М. : КДУ, 2010. – 228 с.
9. Гузявичуте Р. А. Исследование стабильных признаков в проектировании одежды XX века : дисс. ... к. техн. н. : 07.00.06 / Р. А. Гузявичуте. – М., 1977. – 183 с.
10. Івасенко М. В., Александров М. Є., Оренчина Я. В. Прогнозування трендових кольорів текстильних матеріалів методом екстраполяції / М. В. Івасенко, М. Є. Александров, Я. В. Оренчина // Технології та дизайн : електронне наук. фах. вид. – К. : КНУТД. – 2015. – № 3 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/897/1/td_2015_N3_14.pdf

11. Івасенко М. В. Удосконалення процесу проектування чоловічих сорочок методами аналітичного прогнозування / М. В. Івасенко, Н. С. Покотило // Технології та дизайн : електронне наук. фах. вид. – К. : КНУТД. – 2014. – № 3 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/897/1/td_2015_N3_14.pdf
12. Козлова Т. В. Стиль в костюме XX века / Т. В. Козлова, Е. В. Ильичева. – М. : МГТУ им. А. Н. Косыгина, 2003. – 160 с.
13. Лагода О. М. З питань прогнозування в дизайні та моді / О. М. Лагода // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : file:///C:/Users/%D0%9B%D0%B5%D1%81/Downloads/s232_17.pdf
14. Лебсак-Клейманс А. В. Долгосрочные тенденции моды в контексте социокультурных изменений : автореф. дисс. ... канд. соц. наук : 22.00.06 / Рос. гос. гуманитар. ун-т / А. В. Лебсак-Клейманс. – М., 2013. – 23 с.
15. Липская В. М. Костюм в системе дизайна / В. М. Липская // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусства. – 2011. – № 4 (28). – С. 106–109.
16. Пармон Ф. М. Композиция костюма. Одежда, обувь, аксессуары / Ф. М. Пармон. – М. : Триада Плюс, 2002. – 312 с.
17. Пашкевич К. Л., Вець Т. В. Аналіз факторів і закономірностей зміни конструктивно-композиційних параметрів жіночого одягу / К. Л. Пашкевич, Т. В. Вець // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://jml.nau.edu.ua/index.php/Design/article/viewFile/10544/14020>
18. Чупріна Н. В. Фактори становлення моди як відображення уподобань широких верств суспільства споживання в індустрії моди / Н. В. Чупріна // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва. – № 4'2016. – С. 119–123.
19. Abrahamson V., Meehan M., Samuel L. The future ain't what it used to be : The 40 cultural trends transforming your job, your life, your world / V. Abrahamson, M. Meehan, L. Samuel. – New York : Riverhead Books, 1997. – 235 p.
20. Brannon E. Fashion Forecasting / E. Brannon. – New York, Fairchild Publications, Inc., 2005. – 439 p.
21. «Iconoculture». Сайт компанії // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.iconoculture.com>
22. Popcorn F. Clicking / F. Popcorn. – New York : Harper Collins, 1997. – 348 p.
23. Popcorn F. Pop to the editors / F. Popcorn // The New Republic. 1994. May 16. – P. 3–12.

References

1. Berdnyk, T. O. (2004). Arkhitektonyka kostiума (Sotsyokulturnaia dynamyka) [Architectonics of costume (Sociocultural dynamics)]. Rostov-na-donu [In Russian].
2. Bestuzhev-Lada, I. V., Namestnikova, H. A. (2002). Sotsialnoe prognozirovaniye [Social forecasting]. Moscow, Russia : Pedagogical society of Russia [In Russian].
3. Bilei-Ruban, N. V., Siedoukhova, Ye. V., Halushchak, E. I. (2016). Osnovni skladovi dyzain-prohnoza v oblasti mody dlia rozrobky TREND–BOOK [The main components of design forecast in the sphere of fashion for TREND–BOOK development]. Technologies and design. Available at : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/1986/1/td_2016_N2_12.pdf [In Ukrainian].
4. Bilei-Ruban, N. V., Siedoukhova, Ye. V., Halushchak, E. I. (2016). Prohnozuvannia mody ta osoblyvosti formuvannia dyzain-prohnozu na osnovi tsyklichnoho pidkhodu [Fashion forecasting and peculiarities of design forecast formation on the basis of cyclic approach]. Light industry, 4, 27–30 [In Ukrainian].
5. Biliakovych, L. M., Voronova, O. M. (01.08.2014). Certificate of authorship № 55862. Matematychnе vyznachennia kolorystychnoi sporidnenosti strukturovanykh khudozhnykh system Renesansu : bahatomirnyi klasternyi analiz (Ukraine). № 56199 ; declared 02.06.2014, № 34 [In Ukrainian].

6. Vorontsova, O. M. (2014). Italiiskyi svitskyi kostium XV–XVI st. ta yoho vplyv na dyzain suchasnoho odiahu [Italian fashionable costume of the XV–XVI centuries and its influence on the modern clothes design]. Kyiv National University of culture and Arts. Kyiv [In Ukrainian].
7. Hlazychev, V. L. (1970). O dizaine : ocherki po teorii i praktike dizaina na Zapade [On design : essays on design theory and practice on the West]. Iskusstvo [In Russian].
8. Hoffmann, A. B. (2010). Moda i liudi. Novaya teoriya mody i modnogo povedeniya [Fashion and people. New theory of the fashion and fashion behavior]. KDY [In Russian].
9. Guziavichute, R. A. (1977). Issledovanie stabilnykh priznakov v proektirovanii odezhdy XX veka [The study of stable features in the clothes design of the XX century]. Moscow [In Russian].
10. Ivashenko, M. V., Aleksandrov, M. Ye., Orenchyna, Ya. V. Prohnozuvannia trendovykh koloriv tekstylnykh materialiv metodom ekstrapoliatsii [The forecasting of trend colours of textile material by method of extrapolation]. Technologies and design. Available at : https://er.knuid.edu.ua/bitstream/123456789/897/1/td_2015_N3_14.pdf [In Ukrainian].
11. Ivashenko, M. V. (2014). Udoskonalennia protsesu proektuvannia cholovichykh sorochoch metodamy analitychnoho prohnozuvannia [Improvement of the men shirts design process by methods of analytical forecasting]. Technologies and design. Available at : https://er.knuid.edu.ua/bitstream/123456789/897/1/td_2015_N3_14.pdf [In Ukrainian].
12. Kozlova, T. V. (2003). Stil v kostiume XX veka [Costume style of XX century]. MHTU im. A. N. Kosykhina [In Russian].
13. Lahoda, O. M. Z pytan prohnozuvannia v dyzaini ta modi [On the problems of forecasting in design and fashion]. Available at : file:///C:/Users/%D0%9B%D0%B5%D1%81/Downloads/s232_17.pdf [In Ukrainian].
14. Lebsak-Klejman, A. V. (2013). Dolgosrochnye tendentsii mody v kontekste sociokul'turnykh izmenenij [Continuous fashion trends in the context of sociocultural changes]. Russian State Humanitarian University. Moscow [In Russian].
15. Lypskaia, V. M. (2011). Kostium v sisteme dizaina [Costume in design system]. Bulletin of the Cheliabinsk State Academy of Culture and Art, 4 (28), 106–109 [In Russian].
16. Parmon, F. M. (2002). Kompozitsiya kostiума. Odezhda, obuv, aksesuary [Costume composition. Clothes, footwear, accessories]. Triada plus [In Russian].
17. Pashkevych, K. L., Vets, T. V. Analiz faktoriv i zakonmirnostei zminy konstruktyvno-kompozytsiinykh parametriv zhinochoho odiahu [Analysis of factors and regularities of change in structural and compositional parameters of women clothes]. Available at : <http://jml.nau.edu.ua/index.php/Design/article/viewFile/10544/14020> [In Ukrainian].
18. Chuprina, N. V. (2016). Faktory stanovlennia mody yak vidobrazhennia upodoban shyrokykh verstv suspilstva spozhyvannia v industrii mody [Factors of fashion formation as a display of the tastes of a wide range of consumers in the fashion industry]. Bulletin of National Academy of Culture and Arts Management, 4, 119–123 [In Ukrainian].
19. Abrahamson, V., Meehan, M., Samuel, L. (1997). The future ain't what it used to be: The 40 cultural trends transforming your job, your life, your world. Riverhead Books [in English].
20. Brannon, E. (2005). Fashion Forecasting. Fairchild Publications Inc. [in English].
21. «Iconoculture». Available at : <https://www.iconoculture.com> [in English].
22. Popcorn, F. (1997). Clicking. Harper Collins [in English].
23. Popcorn, F. (1994). Pop to the editors. The New Republic, 16, 3–12 [in English].