УДК: 658.512.2

БІЛЕЙ-РУБАН Н.В., СЄДОУХОВА Є.В., ГАЛУЩАК Е.І.
Мукачівський державний університет

ПРОГНОЗУВАННЯ МОДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОГНОЗУ НА ОСНОВІ ЦИКЛІЧНОГО ПІДХОДУ

В статті систематизовані схеми циклічності моди як основа формування дизайн-прогнозів. За хронологічними змінами базових стильових характеристик «хіпі», як референтної групи, подані модні цикли розвитку, адаптації, спаду хвиль цієї субкультури. Визначені особливості прогнозування моди та дизайн-прогнозу для субкультури хіпі, а також систематизовані основні складові для проектування сучасного одягу на основі дизайн-прогнозу. Отримані результати дають можливість на етапі художньої розробки дизайнерських рішень використовувати дані дизайн-прогнозу з метою проектування сучасного костюму.

Ключові слова: *прогнозування моди, структура моди, субкультура хіпі, стадії модного циклу.*

FASHION TREND FORECASTING AND ITS FEATURES OF FORMATION WHICH BASED ON THE CYCLIC METHOD

BILEY-RUBAN N.V., SYEDOUHOVA E.V., GALUSHCHAK E.I.
Mukachevo State University

In the article, the scheme of cycling fashion is systematized as a basis for the formation of a design forecasts. According to chronological changes of basic stylistic characteristics of the "hippies", as the reference group, fashion cycles and characteristics of the main development wave have been made. Certain features of forecasting and fashion design forecast for hippie subculture have been analyzed, as well as, to design modern clothes based on design forecasting. The obtained results make it possible to design a modern suit at stage of design projecting.

Keywords: *fashion forecasting, fashion structure, hippie subculture, fashion cycle stage.*

Вступ. Наявний сьогодні доступ до нових модних стандартів та зразків практично для всіх соціальних груп складають базу для демократизації моди. Значною мірою цьому сприяє розвиток засобів масової інформації, які дозволяють миттєво отримати інформацію про виникнення нових тенденцій в одязі, інтер'єрі, архітектурі тощо. Проте, не дивлячись не це, мода підвладна циклічності, як однієї із важливих її закономірностей. І саме для того, щоб краще розуміти взаємозв'язок циклічності з модою, слід більш детально її вивчити з метою побудови дизайн-прогнозу. При цьому наявність коливань та ритмів свідчить про те, що мода має механізми самоорганізації. Слід розуміти, що модний цикл відображає процес функціонування, розвитку і зміни модних стандартів і зразків, в основі якого лежать три основні стадії існування системи: формування, сталий стан, криза. Тому, в якості критерія циклічності в моді нерідко служить модна інновація, яка змінює одні модні стандарти та об`єкти, на інші – новомодні [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Деякі дослідники моди заперечували існування чітких ритмів в розвитку моди, інші робили спроби точно визначити швидкість зміни і період повернення модних стандартів і об'єктів в моду. Наприклад, американські учені Дж. Річардсон і А. Кребер досліджували розвиток жіночого одягу за останні 300 років і встановили тривалість циклів коливання моди в 111 і 115 років. Французький історик і теоретик моди Ж. Вильхельм визначив тривалість модних циклів так: в середні віки – 10 років, у XVIII ст. – 5 років, в 70-і рр. XX ст. – 1 рік. А. Янг запропонувала рахувати тривалість повного циклу за 100 років. Циклічні зміни форми костюма вивчали в Московському текстильному інституті (нині МГТУ ім. А. Косигіна) і виявили цикли тривалістю 100 років, 72 роки, 48 років, 36 років, 24 роки. До категорії модних змін в костюмі віднесли цикли тривалістю 13 років, 6 років, 3 роки [1]. Цікавим є і трактування визначення моди за А.Петровим: «мода – це циклічна зміна інтересів, установок, ціннісних орієнтацій певних соціальних груп, прошарків, які змінюються під впливом фізичних та психологічних умов життя».

У останні десятиліття стійкий інтерес дослідників викликають молодіжні субкультури [2; 3; 4; 5]. Зв'язано це з тією обставиною, що молодіжні субкультури, або їх частина стали важливим засобом еволюційного оновлення сучасного суспільства і трансформації його в сучасне життя. Це означає, що вони виявляють своє значення як частина механізму культурних інновацій, завдяки якому сучасне суспільство може розглядатися як більш розкуте і інтелектуальне, з динамічним залученням до культурних стандартів, ціннісним пошуком, народжуючи певні цикли, обумовлені зміною поколінь. Тобто, нова історична реальність формується під впливом субкультур, одночасно впливаючи на зрізи культури, моду, життя, поведінку, і в цілому на стиль культурної епохи, які дають розвиток моді.

Отже, проаналізувавши молодіжні референтні групи, авторами приділена увага аналізу субкультури хіпі, як такої, що охоплює тривалі часові рамки, виділяється доволі характерною самобутністю, має чітку самоідентифікацію та цілісний стилістичний комплекс, необмежений «речовою формою». Цікавим є також і те, що дослідження культури хіпі на початку її ідентифікації (60-ті роки минулого століття) мали більше історіографічний характер, пов'язаний з особливостями соціалізації [4; 5]. Меншою мірою приділялась увага інноваційному потенціалу, який закладає основу моди, чиї ідеї, стиль, образи використовує «офіційна мода».

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є розробка наукових принципів проектування сучасного одягу на основі прогнозування моди. При цьому основним завданням є використання механізмів циклічного підходу як наукових методів пізнання, які сприяють інноватиці рішень сучасного одягу.

Постановка проблеми та виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день вивчення циклічності моди в дизайн-прогнозах є визначальним в процесі їх створення.

Модний цикл відображає процес функціонування, розвитку та зміни модних зразків. При цьому, в основі будь-яких циклів лежать три основні стани системи: формування (створення), стабільність (нарощування), спад (криза). Стадійність циклічності моди візуалізовано на рисунках 1-3 як різними дослідниками закономірностей моди, так і конкретно А.Б. Гофманом, Л.І. Ятіною. [6; 7; 8]

Як свідчить інформація рисунків 1-3 мода може сприяти зміні циклів споживання, формує споживчий попит, прискорює зміну іміджу речей за рахунок швидкого естетичного і часто фізичного старіння продуктів дизайну. Це впливає на скорочення терміну експлуатації виробу з одного боку, з іншого – споживач вимушений витрачати гроші на придбання нових модних предметів із-за втрати ексклюзивності (індивідуальності) та винятковості образу.

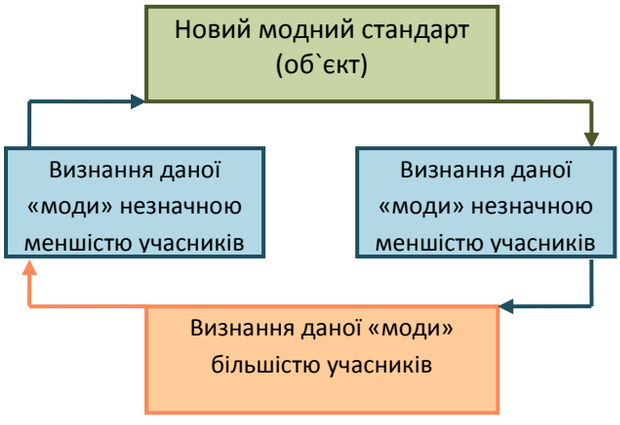

Рис. 2. **Циклічність моди за А.Б. Гофманом**

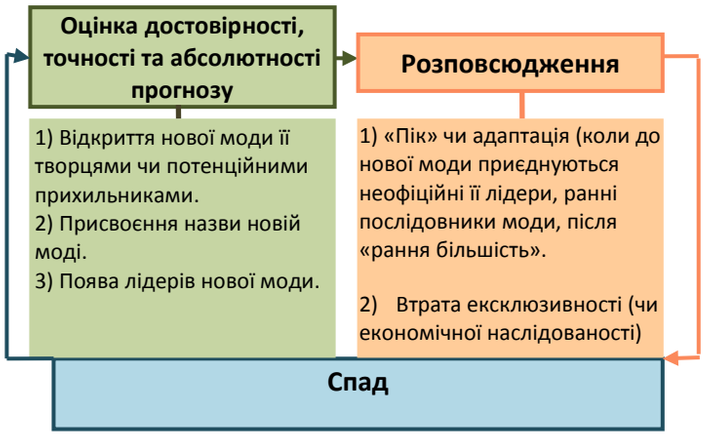

Рис. 1. **Основні стадії модного циклу, встановлені дослідниками моди**

Рис. 3. **Систематизація періодів циклічності моди за Л.І. Ятіною**

Це означає, що циклічність дає можливість прогнозувати моду, вимагаючи при цьому вибору та обґрунтування певних методів прогнозування. Актуальність прогнозування моди викликана також і потребами промисловості: необхідністю планувати обсяги виробництва, враховувати можливість появи нових модних взірців та освоювати нові технології, розробляти нові конструкції тощо.

Модні теми, кольори, тканини і силуети, стають відомими ще до сезонних показів мод. Важливо вчасно отримати актуальну інформацію і використовувати її при створенні модного гардеробу. Виходячи із вищенаведеного, можливо спроектувати найдені Гофманом А.Б. і Ятіною Л.І. циклові особливості моди на хронологічних базових характеристиках субкультурної течії хіпі. Широка часова рамка дозволяє охопити майже півстоліття існування хіпі.

Історики культури та культурологи виділяють чотири основні хвилі з початку формування та активізації субкультури хіпі. Синхронізувавши їх з модними тенденціями того часу, є очевидна можливість отримати чотири взаємозв'язаних і поступальних циклу моди. Їх можливо охарактеризувати по таким етапам: хвиля I – кінець 1960-х – початок 70-х років XX ст.; хвиля II – 80-ті роки XX ст.; хвиля III – середина 90-х років XX ст; хвиля IV – 2005-2015 роки XXI ст, початок та особливості яких представлені на рисунку 4.

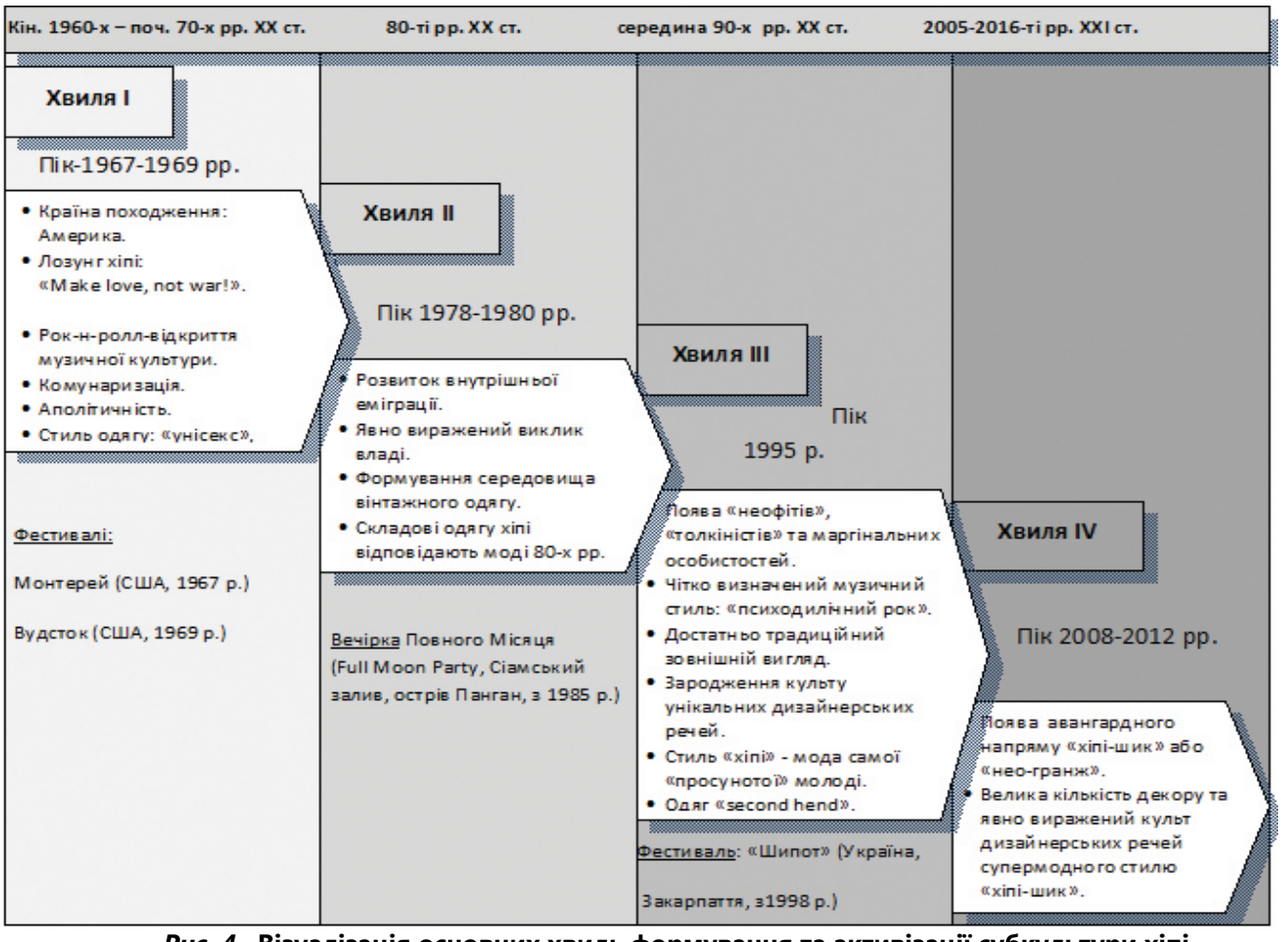

Рис. 4. **Візуалізація основних хвиль формування та активізації субкультури хіпі**

Наведені хвилі повністю співпадають з культурологічними піками популярності на хіпі. Використовуючи методику циклічності авторами представлена чергова четверта хвиля на моду хіпі в XXI столітті. Характерним для неї є поява авангардного напряму «хіпі-шик», який став ще одним стилем високої моди. При цьому була втрачена глибока духовна і ідеологічна наповненість, якими відрізняються реальні представники хіпі. Дизайнери одягу в піковий період отримали можливість через стиль хіпі передати певні складові ідеології, тому що саме одяг несе в собі не тільки естетичний заряд, а й змістовне навантаження. Використали еклектичність стилю, повторення вже класичних (в якомусь розумінні) форм, велику кількість аксесуарів та декору. При цьому новими стали різноманітні техніки обробки матеріалів, використання особливих тканин та їх змішування. Фестивалі та вечірки в стилі хіпі стають видовищними і більш масовими за участю «просунутої» молоді. На основі цього, в роботі стало можливим виділити основні складові для дизайн-прогнозу, які на нашу думку формують сторінки тренд буку. Дані складові візуалізовано рисунком 5.

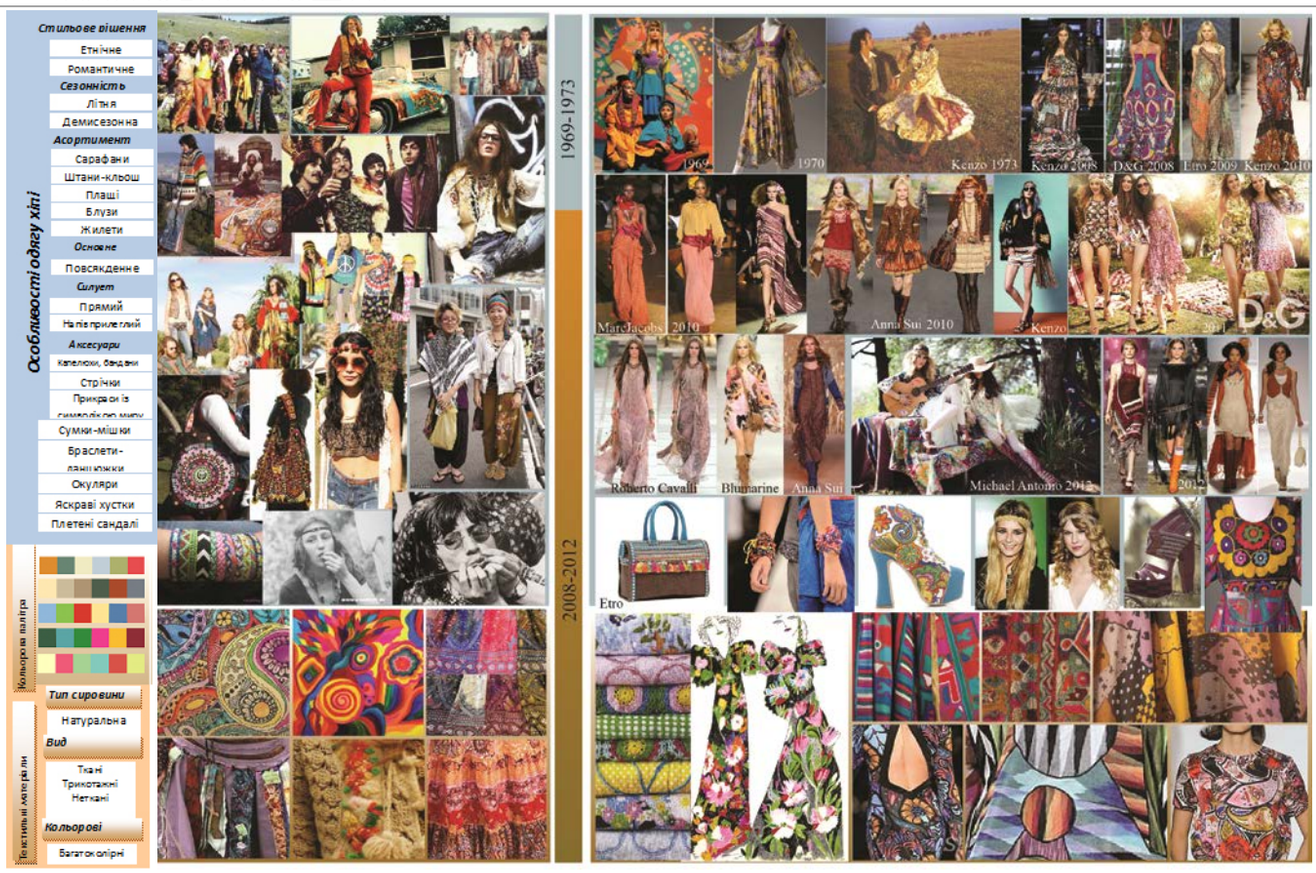

Рис. 5. **Візуалізація взаємозв'язків стильових особливостей одягу та текстильних матеріалів субкультури хіпі з періодами найбільшого розвитку моди**

Висновки

1. Використані в роботі елементи структури моди дозволили систематизувати схеми циклічності моди як основу формування дизайн-прогнозів. Визначено, що мода змінює цикли споживання. При цьому споживач знаходиться під впливом модних предметів до поки вони не втрачають своєї ексклюзивності.

2. Встановлено впливовість на моду референтних груп, які місять значний інноваційний потенціал, на який швидко реагує мода. Узагальнена в роботі інформація щодо основних хвиль розвитку субкультури на прикладі хіпі є корисною для формування подальших дизайн-прогнозів на створення дизайнерських речей. Також, використовуючи циклічний підхід можна доповнювати більш складні прогнози.

3. Проведені дослідження з використанням методів системного аналізу, теоретико-методологічних засад розробки прогнозів дозволили представити візуалізацію стильових особливостей одягу та текстильних матеріалів субкультури хіпі з періодами найбільшого розвитку моди та чітко визначити складові характеристик одягу. Такий результат надає можливість на етапі художньої розробки дизайнерських рішень використовувати дані дизайн-прогнозу з метою проектування сучасного костюму.

Список використаних джерел

1. Гусейнов Ґ.М. Композиция костюма. [Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений]. / Ґ.М. Гусейнов, В.В. Ермилова, Д.Ю. Ермилова, Н.Б. Ляхова, Е.М.Финашина – М.: Издательский центр «Академия». – 2004. – С. 432.

2.Философия хиппи и мечта хиппи [Електронний ресурс] // Стоун С. Хиппи от А до Я. / - Режим доступу до ресуру: http://www.hippy.ru/az/p43.htm

3. Керви А. Молодежные субкультуры США и Великобритании с конца 40-х по наши дни [Електронний ресурс] // - Режим доступу до ресуру: http://voodstock.narod.ru/diplom.html

4. Хойбнер Т. Вызов неприкаянных: Модные волны и молодежные течения – теды, хиппи, панки, рокеры – в западном мире: Пер. с нем. / Т. Хойбнер – М.: Молодая гвардия, 1990.– 302 с.

5. Мінаєв А. В. Бітники та їх вплив на характер молодіжного протесту 60-х рр. XX ст. у країнах Заходу [Текст] / А.В. Мінаєв // Науковий вісник Чернівецького університету: Зб. наук. ст. Історія. Політичні науки. Міжнародні відносини.– Вип. 229–230.– Чернівці: Рута, 2004.– С. 219–221.

6. Гофман А.Б. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения : [Текст] / А.Б. Гофман. – 3-е изд., - СПб.:Питер, 2004. – 209 с.

7. Ятина Л.И. Мода глазами социолога: результаты эмпирического исследования : [Текст] / Л.И. Ятина // Журнал социологии и социальной антропологии. - 2004. Т. 1, № 2 - С. 121–133.

8. Ятина Л.И. Полистилизм: новый этап в развитии моды: [Текст] / Л.И. Ятина // Рубеж. 2001. - № 16-17. - С. 7-14.