

УДК 7.012.001.891

НИКОЛАЄВА Т. В., НИКОЛАЄВА Т. І., ЛИСА Є. О.  
Київський національний університет технологій та дизайну

### СКЛАДОВІ ПОНЯТТЯ «ІНДУСТРІЯ МОДИ» В ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ З ДИЗАЙНУ КОСТЮМА ТА БРЕНДОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

**Мета.** Визначення головних принципів та етапів формування модних напрямків в індустрії моди, їх ролі в підготовці фахівців в галузі дизайну костюма та брендової продукції.

**Методика.** В проведенні досліджень використано літературно-аналітичний, системно-структурний аналіз та методи класифікації, для визначення провідних етапів та складових процесу роботи дизайнера над перспективними колекціями костюма.

**Результати.** На основі проведеного аналізу визначено головні задачі побудови навчального процесу підготовки фахівців з художнього моделювання костюма та брендової продукції, встановлені цілі та етапи роботи над перспективними колекціями на основі творчих аналогій та трендових напрямків моди.

**Наукова новизна.** Запропоновано систематизацію етапів роботи дизайнера в умовах розвитку сучасної індустрії моди та провідні цілі побудови освітнього процесу підготовки фахівців з дизайну костюма та брендової продукції з урахуванням сучасних модних тенденцій.

**Практична значимість.** Представлено рекомендації з структурної побудови навчально-проектної діяльності майбутніх фахівців для роботи над перспективними колекціями костюма на основі творчих аналогій.

**Ключові слова:** модні тенденції, індустрія моди, перспективні колекції, творче джерело, навчально-проектна діяльність, модні тренди.

**Вступ.** Індустрія моди, у всіх її різнобічних проявах, займає важливе місце в сучасній глобальній економіці. Постійно зростаючий інтерес до моди є очевидним. Сучасні інформаційні видання приділяють розгляду питань моди набагато більше уваги, на відміну від інших проблем. Загальна обізнаність в питаннях моди та інтерес до неї постійно зростають. Тому визначення змісту цього поняття, його складових є надзвичайно важливим в підготовці фахівців в галузі дизайну та вирішенні проблем теорії розвитку модних тенденцій.

Перші систематичні дослідження моди співпадають з початком ХХ століття та прискоренням розповсюдження модних образів. За перші два десятиріччя образ жінки, її зовнішній вигляд, пройшли через радикальні зміни, наряду із переминою соціальної ролі та завоюванням певної долі самостійності. Однією з найважливіших свобод, за які боролись жінки того часу, було право на освіту. В 20-х роках ХХ століття відкриваються перші курси моделювання та вивчення теорії моди. Переважну більшість слухачів склали саме представниці «слабкого полу», оскільки переважно жінки на протязі багатьох років були професійними швачками, закрійницями та модистками. Новий підхід до вивчення теоретичних основ розвитку моди сприяв її надзвичайно швидкому розповсюдженню та підйому на новий рівень споживання.

На курсах моди вивчали головним чином історію костюма, а не культурологічні та мистецькі аспекти цієї проблеми. Історія костюма є безумовно важливою частиною дослідження розвитку моди, але саме культурологічні аспекти визначають теорію її соціологічних, економічних та національних особливостей, їх впливу на формування та розвиток модних напрямків. Нові теоретики моди розвивали думку, що кожен витвір мистецтва, в тому числі і костюм, є продуктом культурних та соціальних впливів в рамках

яких творить кожний митець, тому мода нерозривно пов'язана з особливостями соціального та культурного розвитку суспільства. Мода та дизайн костюма не являють собою простий відгук на нові уподобання та потреби жінок в зміненому світі, а відображають зміну їх ролі та статусу в умовах сучасної реальності [1].

**Постановка завдання.** Починаючи з середини ХХ століття мода поступово перетворюється в об'єкт загальної культури. Дизайнери перестають шукати натхнення виключно у майбутньому і починають звертатись також до минулого, на перехрестя різних культур та часів. На порозі нового тисячоліття прив'язаність до романтики «етно» та «ретро» стає особливо актуальною. Все більш впливовими на розвиток модних тенденцій стають стилі субкультур та «мода вулиці». Сучасна мода надзвичайно активно підхоплює та адаптує ці тенденції до потреб сучасності.

Важливими в дослідженні моди є також питання споживання, не тільки продажів в індустрії моди, але й розвитку культурологічних теорій, які намагаються визначити ці аспекти в широкій історичній та соціальній перспективі. Аналіз тенденцій розвитку моди представляє собою питання більш глибоке, тому що мода є частиною нашого життя, засобом вираження особистості і безумовно отримує свій статус в ряду мистецьких напрямів розвитку глобальної культури.

Моді приділяють багато уваги, в порівнянні з іншими сферами людських інтересів. Теми з якими мода успішно співпрацює, складають рівень від огляду нових товарів до тем театру, музики, архітектури та питань суспільного життя. Мода є також основою конкурентної боротьби, доходів від реклами та продажів, проникає в більшість суспільних аспектів, визначає те, що сьогодні називають «стилем життя». Сьогодні мода це невід'ємний атрибут суспільства, що набуває значення в соціальній сфері, коли люди намагаються висловити свій статус, визначити як вони хочуть виглядати в очах оточуючих. Сучасне життя рухається набагато швидше, одночасно з ним прискорюється і розвиток нових модних тенденцій. Стилі та бренди з'являються та зникають стрімкими темпами, в результаті чого значення моди з сезону в сезон стає все більш важливим, вимагає більш тонкої гармонії відношень корисного та красивого.

Глобальні засоби інформації стають головним засобом комунікації в світі моди, яку створюють дизайнери та стилісти. Кордони між модою та популярною культурою стають все більш розмитими. Мода сьогодні органічно вплітається в культуру розваг, телебачення та музики, часто опиняється в центрі загальної уваги, починаючи від історичних та політичних подій, до розповідей про життя зірок [2].

Тому надзвичайно важливими є питання визначення головних принципів та етапів формування модних тенденцій та їх ролі в підготовці фахівців в галузі дизайну костюма.

**Результати досліджень.** В багатьох поняттях відносних до питань моди, відображається зв'язок костюма та іміджу людини з її соціальними, національними та культурними особливостями.

Існує багато думок відносно того, що собою представляє модний дизайн, тлумачення понять мода та стиль. Багато теоретиків моди вважають її мистецтвом, а дизайнерів - творчими особистостями, які працюють з різними формами, створюючи з них прекрасні тектонічні проекти, що гідні широкого представлення. Інші вважають моду виключно комерційним підприємством, що займається розробкою та продажем товарів на світових

ринках. Такий безпосередній зв'язок моди як мистецтва, та комерційного об'єкту, може бути визначений в діяльності багатьох сучасних дизайнерів та Будинків моди [3].

Продаж та прибуток є основою модного бізнесу але при цьому недоцільно вважати єдиною мірою успіху зростання прибутків. Для розвитку модних трендів не менш важливе значення мають визнання суспільства, критиків, творчі інновації, імідж та слава дизайнерів.

Феномен національної приналежності в моді має також свою значну роль, оскільки відчуття сприйняття та відбору певних естетичних характеристик часто відповідають етнічним особливостям, що спираються на історичні відмінності кожної країни, рівень розвитку її промисловості та культури.

Оскільки ролі дизайнерів, в залежності від характеру їх бізнесу, значно відрізняються між собою, важливо проаналізувати задачі, які об'єднують роботу більшості з них. Головним в цих завданнях є аналіз нових тенденцій в формуванні художніх стилів, колористичних гармоній, типів тканин, формі та характері орнаменталізації, а також відбір стильових напрямків, що визначають тенденції розвитку моди в перспективному сезоні.

Дизайнери намагаються також знайти цікаве та оригінальне джерело натхнення для своїх нових колекцій. В ексклюзивному проектуванні найбільш активними є очікування інновацій та оригінальності, формоутворення. Тому джерела натхнення можуть бути кардинально різними, в залежності від сегменту індустрії моди, в якому працює дизайнер. Загальноприйнятим в роботі дизайнерів є ознайомлення з тенденціями колористики, структури нових тканин, їх орнаменталізацією, відомими брендами та матеріалами з прогнозування тенденцій моди, при одночасному ретельному вивченні історичних та національних особливостей розвитку моди [4].

В ході роботи дизайнера створюється велика кількість творчих пропозицій, починаючи з прототипів нових моделей до виробничих зразків, що представляються для визначення базової структури та елементів крою нових моделей.

Процес роботи дизайнерів, що створюють моделі для масового виробництва та ексклюзивних авторських творчих колекцій має багато суттєвих відмінностей. Найбільш важливе з них є те, що продукти масової моди спочатку виготовляються, а потім продаються споживачу в торгівлі, яка контролюється певним брендом. Провідні фешн - бренди продають свої перспективні колекції на тижнях моди, що відбуваються двічі на рік із запрошенням байерів та преси. Побудова процесу створення творчих колекцій в більшості випадків базується на принципах функціонально-вартісного аналізу (рис 1).



Рис. 1. Зміст методу побудови процесу створення творчих колекцій на основі функціонально-вартісного аналізу

Одним з важливих понять в дослідженні розвитку моди є поняття сезону, котре визначає період часу на протязі якого продаються відповідні модні товари. У відношенні до дизайну одягу виділяють два основних періоди: весна-літо та осінь – зима, що характеризують відповідний характер та набір моделей в перспективних колекціях. До варіацій найбільш успішних модних тенденцій перспективних моделей можуть входити характерні деталі нового стилю, додаткові нюанси кольору, оздоблення та доповнень.

Модні образи часто переходять кордони сезонів, тому надзвичайно важливо бути в курсі тенденцій моди та вміти правильно застосовувати їх в умовах ринку, що є важливим фактором успіху в сучасному модному бізнесі. Структура суспільства постійно ускладнюється, тому дизайнерам також доводиться аналізувати інформацію про тенденції стилю життя, смаки та уподобання як відповідних соціальних груп, так і окремих визначних особистостей (Схема 1).

Сьогодні існує ряд спеціалізованих агентств, що представляють публікації про тенденції моди та покази моделей, здійснюють консультування з питань розвитку модних тенденцій. Агентства пропонують публікації «trend books», що включають аналіз впливу дизайнерських ідей на тенденції та прогнози кольорової гами, стилю і асортименту одягу.

Але саме творчість дизайнерів є головною рушійною силою, що стоїть за кожним окремим елементом тренду, оскільки на цьому етапі народжується вихідна ідея стилю, форми, колориту та оздоблення. Мода знаходиться в постійному розвитку, ставить перед дизайнерами все більш жорсткі вимоги, змушуючи їх шукати нові інноваційні варіанти рішення форми та стилю. Роль дизайнера стає все більш важливою в період швидкого розвитку модних тенденцій, які вимагають створення дійсно креативних і при цьому загальнодоступних моделей.

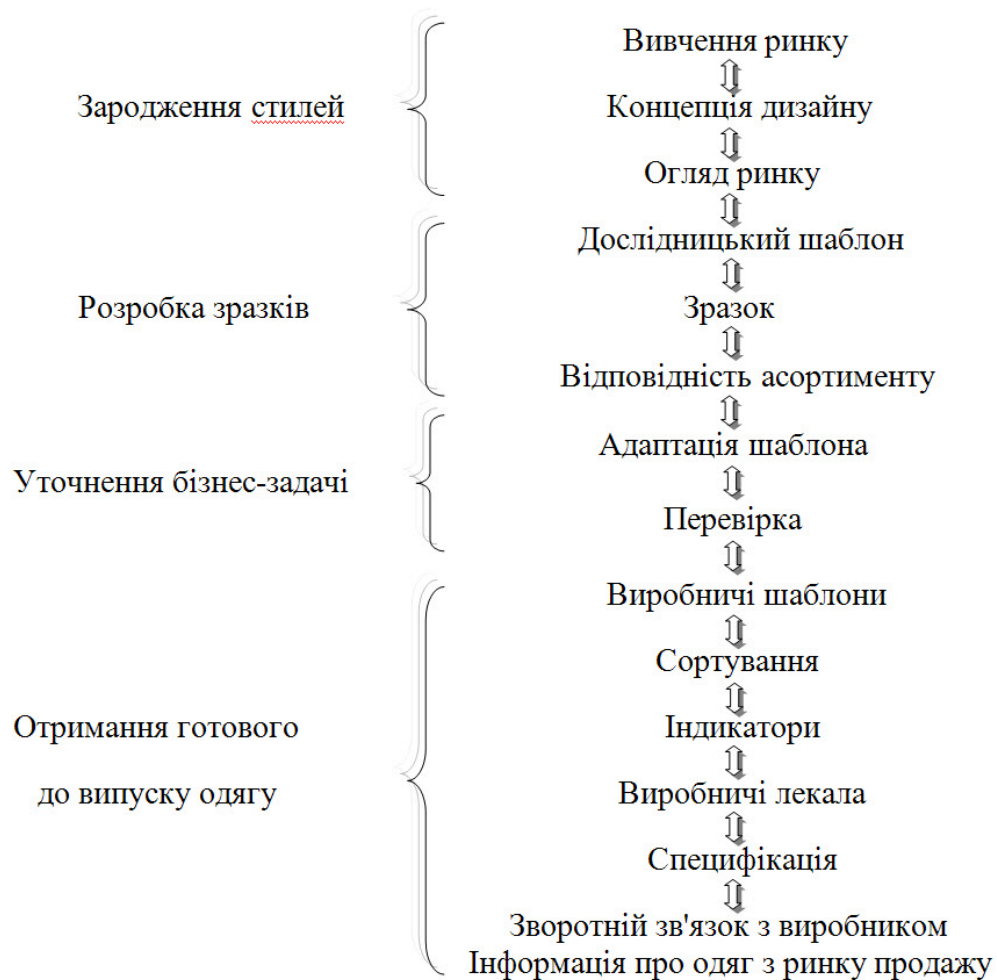


Рис. 1. Процес дизайну одягу в розробці товарної продукції

Модні бренди стають доступними більшості звичайних людей, що надає поштовх до зростання попиту на підвищення якості, що досягається з використанням принципів креативного. (рис.2).

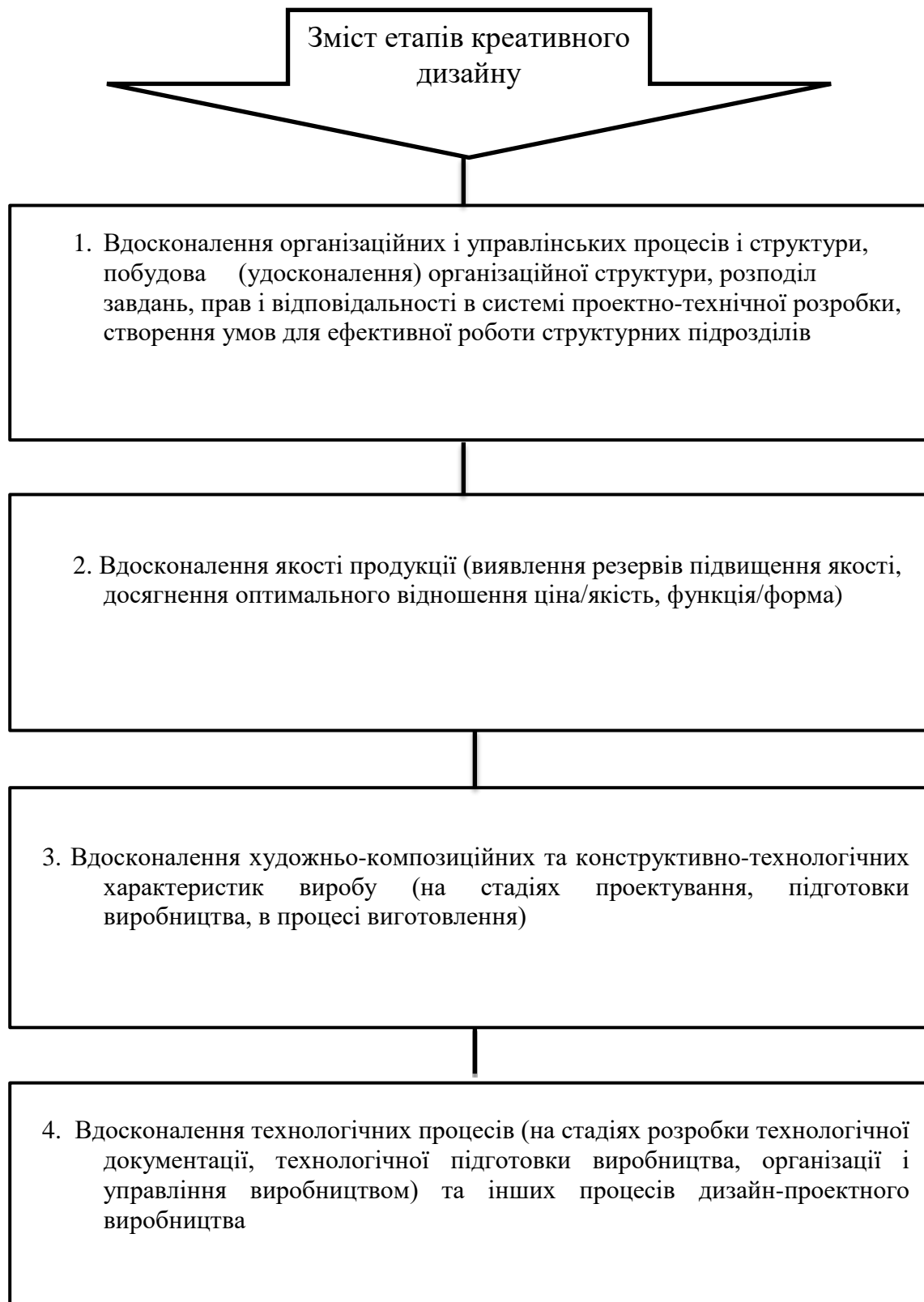


Рис. 2. Вибір етапів креативного дизайну в роботі дизайнера над перспективними колекціями

Завдання дизайнера полягає в тому, щоб перетворити креативну надихаючу ідею в реальну творчу пропозицію, яка потім стає предметом одягу.

Роль дизайнера в модній індустрії надзвичайно важлива, особливо для компаній, які виробляють модні товари під власним брендом, є суттєвою в позиціонуванні бренду і ціновій політиці. Дизайнер проводить дослідження та збір інформації, яка стосується тенденцій стилю, кольорового вирішення, та нових форм, розробляє стратегію продукту, інтерпретує модні тенденції, колористичні палітри та теми сезонів. Він переводить стратегію продукту в найбільш виразні силуетні форми, тканини, кольори та образи (рис 3).

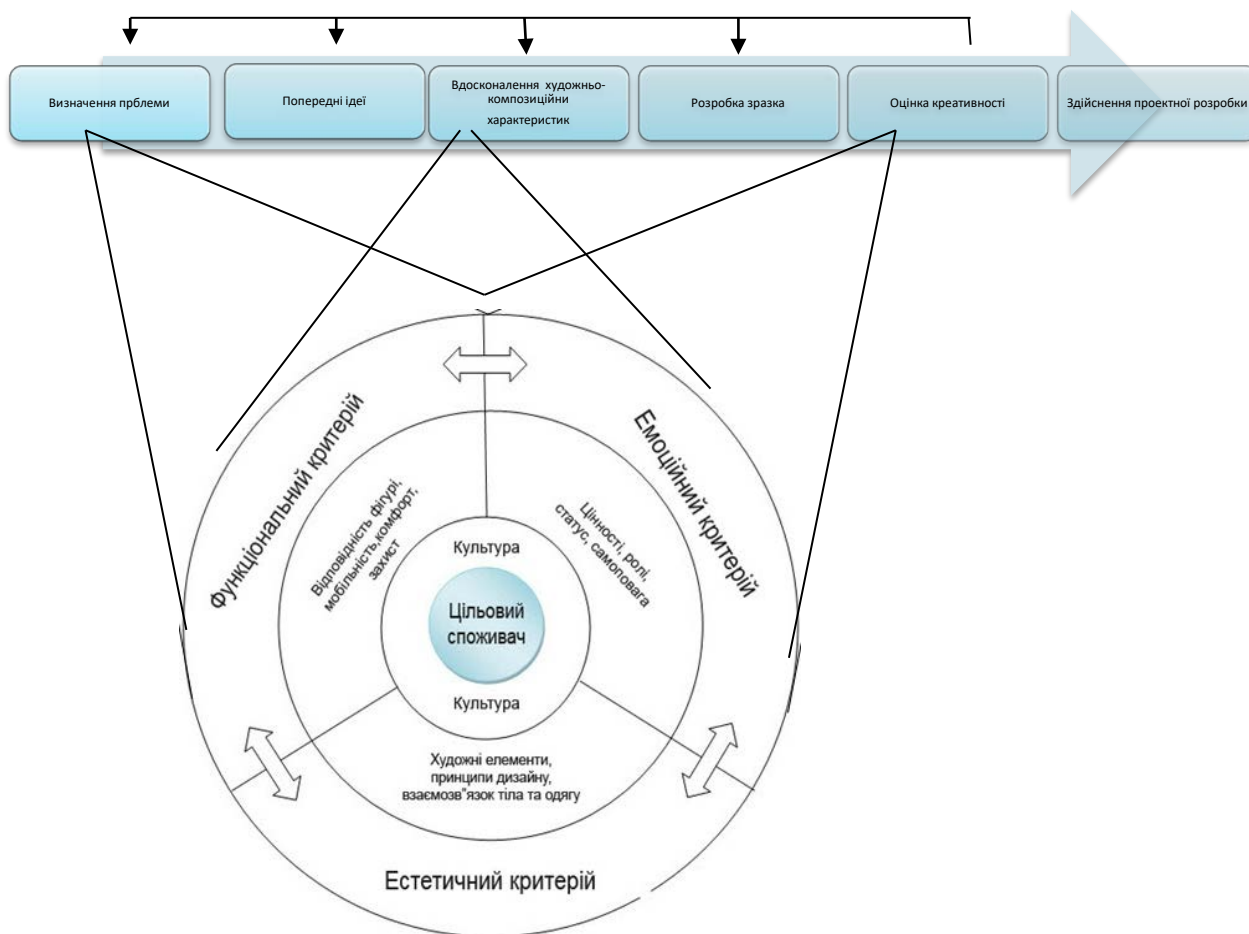


Рис. 3. Побудова процесу формування перспективних колекцій

До завдань дизайнера відноситься використання зібраної інформації для створення творчих ідей, розробки проектів, що відповідають рівням комерційної ексклюзивності, привабливості та іновативності. Спільно з менеджерами по закупках та марчендайзерами, він виносить висновки по результатах продажу, продукції та новим тенденціям, гарантує задоволення потреб цільових груп споживачів

Сучасний український ринок моди має свої особливості та реальні перспективи для розвитку. В ментальності та культурі українців закладена любов до виразного та різноманітного одягу, яскравих кольорів, активного декору та багатого оздоблення. Аксесуари та одяг в сучасній моді часто стають якісно важливим засобом маркування соціального статусу. На теперішній час індустрія моди в Україні активно розвивається,

всупереч недостатній розвиненості виробничої бази та проблемам з неконтрольованим імпортом одягу.

Особливості роботи українських дизайнерів все ще значно відрізняються від схем роботи дизайнерів країн з розвинутою індустрією моди. Достатньо характерним є прямий розпродаж колекцій після першого показу, або виготовлення одиничних копій в форматі ательє. Тільки в окремих випадках, дизайнери, що вже мають свої бренди та достатні фінансові можливості, витримують весь цикл створення перспективних дизайнерських колекцій: народження творчого задуму, розробка ескізних пропозицій, підготовка конструкторських рішень, виготовлення презентаційної колекції, тиражування колекції та реалізація готового одягу через сітку моно-та мультибрендових магазинів. Одним з дієвих та ефективних засобів розвитку сучасної моди України є представлення перспективних творчих колекцій молодих дизайнерів на Українських тижнях моди та інших творчих конкурсах, що сприяє активізації їх художньої творчості та підйому фахової майстерності (рис.4).



Рис. 4. Колекція переможця конкурсу «Погляд у майбутнє» Норець Марії (Київський національний університет технологій та дизайну)

Вивчення питань розвитку моди, участь в творчих конкурсах та виставках є обов'язковою складовою навчального процесу підготовки майбутніх фахівців в галузі дизайну костюма та брендової продукції.

**Висновки.** За останні роки індустрія моди суттєво змінилась. Глобалізація суспільства, соціальні зміни привели до демократизації моди, значного її поширення та зростання ролі в житті людей. Основу формування моди складає певне сполучення вимог: бажання відповідати вимогам соціального статусу і, в той же час, яскраво індивідуально виділятися. Мода завжди рухається вперед завдяки бажанням людей бути красивими,



сучасними та визначними. Стремління відповідати певним стандартам має надзвичайно велике значення, тому індустрія моди покликана безпосередньо цьому сприяти. В той же час, бажання бути не таким як усі, виглядати ексклюзивно, є найбільшим творчим рушієм в розвитку моди. Творчість дизайнерів полягає в переосмисленні культурних, національних та історичних здобутків, генерації нових ідей. Висока мода покликана виділяти, підтримувати та всіляко просувати творчу особистість дизайнера, як художника, та автора відповідного бренду. Головна проблема індустрії моди полягає саме в цій самій унікальності. Потенціал художньої творчості залежить від здатності інтерпретації та практичного застосування модних тенденцій в діяльності сучасних дизайнерів, тому вивчення закономірностей формування індустрії моди є надзвичайно важливим в підготовці майбутніх фахівців в галузі художнього моделювання костюма та дизайну брендової продукції.

### Література

1. Джексон Тім, Шоу Девід. Індустрія моди . Пер. с англ.; - Київ: Баланс Бізнес Букс, 2011.
2. Мельник М. Т. Індустрія моди / Мирослав Мельник.-К.: Логос, 2011
3. Розробка колекцій одягу: Навчальний посібник / А. М. Малинська, К. Л. Пашкевич, М. Р. Смирнова, О. В. Колосніченко. – К.: ПП НВЦ Профі, 2014.
4. Ніколаєва Т. В. «Розвиток національних художніх традицій в підготовці фахівців з дизайну костюма та брендової продукції» / Т. В. Ніколаєва, Т. В. Шафранська // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну «Технічні науки» - 2017.- №1.

### References

1. Tim Jackson, David Shaw. Fashion Industry. Per. with English .; -Kiev Balance Business Books, 2011.
2. Melnik M.T. Fashion Industry / Miroslav Melnyk. -K .: Logos, 2011.
3. Develop collections of clothes: Textbook / A. M. Malinska, K. L. Pashkevich, M. R. Smirnova, O. V. Kolosnichenko. - K .: PE SPC Pro 2014.
4. Nikolaeva T. "The development of national artistic traditions in training in costume design and branded products" / T. V. Nikolaeva, T. V. Shafranska // Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design.-2017.- №1.

## СОСТАВЛЯЮЩИЕ ПОНЯТИЯ «ИНДУСТРИЯ МОДЫ» В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ХУДОЖЕСТВЕННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ КОСТЮМА И БРЕНДОВОЙ ПРОДУКЦИИ

НИКОЛАЕВА Т.В., НИКОЛАЕВА Т.И., ЛЫСА Е.О.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

**Цель.** Определение основных принципов и этапов формирования модных направлений в индустрии моды, их роли в подготовке специалистов в области дизайна костюма и брендовой продукции.

**Методика.** В проведении исследований использованы литературно-аналитический, системно-структурный анализ и методы классификации для определения ведущих этапов и составляющих процесса работы дизайнера над перспективными коллекциями костюма.

**Результаты.** На основе проведенного анализа определены основные задачи построения учебного процесса подготовки специалистов художественного моделирования костюма и брендовой продукции, установлены цели и этапы работы над перспективными коллекциями на основе творческих аналогий.

**Научная новизна.** Разработана систематизация этапов работы дизайнера в условиях развития современной индустрии моды и ведущие цели построения учебного процесса подготовки специалистов в дизайне костюма и брендовой продукции, с учетом современных модных тенденций.

**Практическая значимость.** Представлены рекомендации по структурному построению учебно-проектной деятельности будущих специалистов для работы над перспективными коллекциями костюма, на основе творческих аналогий.

**Ключевые слова:** модные тенденции, индустрия моды, перспективные коллекции, творческий источник, учебно-проектная деятельность, модные тренды.

## THE CONSTITUENT NOTIONS OF THE FASHION INDUSTRY IN TRAINING SPECIALISTS OF COSTUME DESIGN AND BRAND PRODUCTS

NIKOLAEVA T. V., NIKOLAEVA T. I., LISA E. O.

*Kyiv National University of Technologies and Design*

**Purpose.** Determination of the main principles and stages of the formation of trendy trends in the fashion industry, their role in the training of specialists in the field of costume design and brand products.

**Methodology.** The research used literature-analytical, system-structural analysis and classification methods, to determine the leading stages and components of the designer's work on perspective collections of the suit.

**Results.** On the basis of the analysis, the main tasks of constructing an educational process for the preparation of specialists in the artistic modeling of costume and brand products were determined, the goals and stages of work on perspective collections were established on the basis of creative analogies and trend trends of the fashion.

**Scientific novelty.** The systematization of the stages of the designer's work in the conditions of development of the modern fashion industry and the main goals of constructing the educational process of training specialists in designing costumes and brand products, taking into account modern fashion trends, are developed.

**Practical value.** The recommendations on the structural construction of the educational and project activities of future specialists for work on perspective collections of costume on the basis of creative analogies are presented.

**Keywords:** modern tendencies, fashion industry, promising collections, creative source, educational and project activities, modern trends.