

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА  
ДИЗАЙНУ  

---

дизайну  

---

мистецтва та дизайну костюма  

---

УДК 7.012:687

**Дипломна бакалаврська робота**

на тему

Розробка колекції жіночого костюма сезону весна/літо 2022  
року з інтерпретацією образно-проектних рішень сучасної  
МОДИ

Виконала: студентка групи БДк2-18  
Спеціальності 022 Дизайн  
Марія ПРАСОЛ

Науковий керівник  
д. мист., проф. Наталія ЧУПРИНА

Рецензент к.т.н. доц. Тетяна СТРУМІНСЬКА

Київ 2022

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ  
факультет дизайну

кафедра мистецтва та дизайну костюма

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Дизайн (за видами), спеціалізація 022.02 Дизайн одягу (взуття)

ЗАТВЕРДЖУЮ

т.в.о. завідувача кафедри  
мистецтва та дизайну костюма

д.мист. проф. Наталія ЧУПРИНА

"09" "06" 2022 року

**ЗАВДАННЯ**  
НА ДИПЛОМНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Прасол Марії Іванівні

1. **Тема проекту (роботи)** Розробка колекції жіночого костюма сезону весна/літо 2022 року з інтерпретацією образно-проектних рішень сучасної моди

Науковий керівник роботи: д.мист., проф. Чуприна Н.В., затверджені наказом КНУТД від « 24 » березня 2022 р. № 54-уч

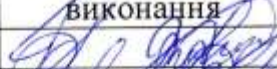









2. **Строк подання студентом роботи** 20.06.2022 р.

3. **Вихідні дані до роботи:** наукові публікації, навчальна література та дослідження дизайн-проекування одягу на основі тектонічного підходу

4. **Зміст дипломної роботи** (перелік питань, які потрібно розробити): Вступ, Розділ 1. Аналітичний, Розділ 2. Проектний, Розділ 3 Реалізація дизайн-проекту, Загальні висновки, Список використаних джерел, Додатки

5. **Перелік графічно-наочного матеріалу** (з точним зазначенням обов'язкових креслень): ТАБЛИЦЬ - 12, ЕСКІЗИ - 24, РИСУНКИ - 7, ФОТОГРАФІЇ - 88, ФОТОКОЛАЖІ - 10

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної бакалаврської роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	06.06.22	
2	Розділ 1. Аналітичний	04.05.22	
3	Розділ 2. Проектний	28.05.22	
4	Розділ 3. Реалізація дизайн-проекту	03.06.22	
5	Загальні висновки	06.06.22	
6	Оформлення дипломної бакалаврської роботи (чистовий варіант)	08.06.22	
7	Оформлення графічної частини дипломної роботи (чистовий варіант ескізного проекту)	16.04.22	
8	Здача дипломної бакалаврської роботи на кафедру для рецензування (за 14 днів до захисту)	09.06.22	
9	Перевірка дипломної роботи на наявність ознак плагіату (за 10 днів до захисту)	14.06.22	5% - 9% 
10	Подання дипломної бакалаврської роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	16.06.22	

Студент

  
 (підпис)

Марія ПРАСОЛ

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи

  
 (підпис)

Наталія ЧУПРІНА

(прізвище та ініціали)

Рецензент

  
 (підпис)

Тетяна СТРУМІНСЬКА

(прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

дипломної роботи бакалавра Прасол Марії Іванівни на тему: «Розробка колекції жіночого костюма сезону весна/літо 2022 року з інтерпретацією образно-проектних рішень сучасної моди»

Робота присвячена визначенню основних напрямів асиміляції сфери індивідуального обслуговування споживачів та розробки актуальних проектних образів для більш широких верств споживачів у сегменті pret-a-porte de lux. Автором визначено основні чинники та критерії реалізації актуальних тенденцій моди в дизайні костюма, заснованих на інтерпретації образно-проектних рішень та естетичних ідеалів краси певного періоду розвитку дизайну.

В роботі досліджено соціально-культурні передумови формування полістилізму в моді 1970-х років; систематизовано основні напрями розвитку тенденцій офіційної моди 1970-х років; охарактеризовано мистецько-творчу складову та дизайн-діяльність провідних Будинків високої моди; наведено описову характеристику так званих ікон стилю 1970-х років та їх образно-проектні риси як законодавців модних тенденцій.

За результатами дослідження обґрунтовано принципи формування підґрунтя проектування колекції модного костюма на базі дослідження творчого першоджерела. Автором визначено типологічні характеристики цільової аудиторії потенційних споживачів колекції костюма, сформованої на основі асиміляції сфери індивідуального обслуговування споживачів та розробки актуальних проектних образів для більш широких верств споживачів. В роботі охарактеризовано теоретичні основи концепції створення проектного образу перспективної колекції костюма, а також сформовано концепцію колекції костюма з інтерпретацією образно-проектних рішень сучасної моди.

**Ключові слова:** колекція костюма, система моди, дизайн-діяльності, дизайнерський бренд, полістилізм, тенденції моди, дизайн одягу

## ABSTRACT

of the bachelor's thesis of Prasol Maria Ivanovna on the topic: "Development of a collection of women's costumes for the spring / summer 2022 season with the interpretation of image-design solutions of modern fashion"

The work is devoted to defining the main directions of assimilation of the sphere of individual customer service and development of actual project images for a wider range of consumers in the segment of pret-a-porte de lux. The author identifies the main factors and criteria for the implementation of current fashion trends in costume design, based on the interpretation of image-design solutions and aesthetic ideals of beauty of a certain period of design development.

The socio-cultural preconditions of polystylist formation in the fashion of the 1970s are studied in the work; systematized the main directions of development of official fashion trends of the 1970s; the artistic and creative component and design activity of the leading Haute Couture Houses are characterized; the descriptive characteristic of the so-called style icons of the 1970s and their figurative and design features as legislators of fashion tendencies are given.

According to the results of the research, the principles of forming the basis for designing a collection of fashionable costumes based on the study of the creative source are substantiated. The author defines the typological characteristics of the target audience of potential consumers of the costume collection, formed on the basis of assimilation of the sphere of individual customer service and development of actual design images for a wider range of consumers. The paper describes the theoretical foundations of the concept of creating a design image of a promising costume collection, as well as the concept of a costume collection with the interpretation of image-design solutions of modern fashion.

**Keywords:** costume collection, fashion system, design activities, design brand, polystylistism, fashion trends, clothing design

## ЗМІСТ

Анотація	4
Вступ	8
Розділ 1. Аналітичний	10
Вступ	10
1.1. Соціально-культурні передумови формування полістилізму в моді 1970-х років	10
1.2. Основні напрями розвитку тенденцій офіційної моди 1970-х років	13
1.3. Становлення масової моди "pret-a-porter" як основної форми впровадження модних тенденцій в суспільстві	18
1.4. Дизайн-діяльність провідних Будинків високої моди	26
1.5. Ікони стилю 1970-х років та їх образно-проектні риси як законодавців модних тенденцій	33
Висновки	35
Розділ 2. Проектний	36
Вступ	36
2.1. Формування підґрунтя проектування колекції модного костюма на базі дослідження творчого першоджерела	36
2.2. Розробка концепції створення проектного образу перспективної колекції костюма	41
2.3. Тип потенційного споживача або цільової аудиторії колекції костюма	45
2.4. Формування концепції колекції костюма з інтерпретацією образно-проектних рішень сучасної моди	46
2.4.1. Призначення колекції	46
2.4.2. Видозміна силуетних форм та пропорцій костюма в колекції	49
2.4.3. Основні риси колориту та декору колекції	50
2.5. Обґрунтування вибору моделей для реалізації в матеріалі	50
Висновки	52
	53

Розділ 3. Реалізація дизайн-проєкту	
Вступ	53
3.1. Характеристика асортименту і вибір моделі	53
3.1.1. Аналіз сучасного напрямку моди та загальна характеристика асортиментного виду виробів	54
3.1.2. Художньо-технічне оформлення та опис зовнішнього вигляду моделі	55
3.1.3. Характеристика конструкції моделі	56
3.1.3.1. Обґрунтування вибору методу одержання конструкції виробу	57
3.1.3.2. Обґрунтування вибору методу моделювання первинної форми	57
3.1.3.3. Специфікація деталей	58
3.1.3.4. Розкладка лекал деталей виробу в масштабі 1:10	59
3.2. Вибір матеріалів	59
3.2.1. Характеристика матеріалів верху, підкладки та прикладу	60
3.2.2. Символи та вимоги догляду за одягом	61
3.2.3. Характеристика ниток і фурнітури	61
3.2.4. Складання конфекційної карти	62
3.3. Вибір раціональної технологічної обробки	63
3.3.1. Вибір режимів обробки	63
3.3.1.1. Режим виконання ниткових з'єднань	63
3.3.1.2. Режим волого-теплової обробки	64
3.3.1.3. Обґрунтування та вибір обладнання	65
3.3.2. Складання технологічної послідовності обробки швейного виробу	66
Висновки	67
Загальні висновки	68
Список використаних джерел	70
Ілюстративний матеріал до дипломної бакалаврської роботи	76
Апробація результатів передпроєктного дослідження	83

## ВСТУП

В Україні провідні дизайнерські будинки моди та бренди поки що орієнтовані переважно на індивідуальне обслуговування елітних клієнтів. В основу маркетингу моди покладено низку аспектів, пов'язаних в першу чергу з особливістю самих споживачів.

Сучасні українські молоді дизайнери беруть участь у міжнародних Тижнях моди, про них пишуть відомі західні видання та їх речі дійсно користуються попитом за кордоном. За кордоном Україну знають завдяки досягненням наших дизайнерів одягу та їх брендам. Одяг під брендом Roustovit продається в США і Європі. Колекції представлені в знаменитому концепт-сторі Лондона Dover Street Market, сеульском 10 Corso Como, московських ЦУМі, ГУМі. Лілія встигла взяти участь у міжнародній виставці WHITE і в London Fashion Week та продовжує працювати далі [10].

**Актуальність дослідження** полягає у визначенні основних напрямів асиміляції сфери індивідуального обслуговування споживачів та розробки актуальних проектних образів для більш широких верств споживачів у сегменті pret-a-porte de lux. Адже саме цей сегмент ринку модного одягу є найбільш затребуваним в розробці нарядного одягу з елементами ручної роботи в декоруванні моделей. Актуальність проведення передпроектних досліджень та проектних робіт в цьому сегменті також підтверджується активно зростаючою кількістю потенційних споживачів, що представляють творчо-мистецьку діяльність у сучасному українському культурному просторі.

**Мета дослідження** – визначення основних чинників та критеріїв реалізації актуальних тенденцій моди в дизайні костюма, заснованих на інтерпретації образно-проектних рішень та естетичних ідеалів краси певного періоду розвитку дизайну.

Для реалізації поставленої мети були вирішені такі **завдання**:

- досліджено соціально-культурні передумови формування полістилізму в моді 1970-х років;
- систематизовано основні напрями розвитку тенденцій офіційної моди 1970-х років;



- охарактеризовано мистецько-творчу складову та дизайн-діяльність провідних Будинків високої моди;
- наведено описову характеристику так званих ікон стилю 1970-х років та їх образно-проектні риси як законодателів модних тенденцій.

**Об'єктом дослідження** визначено основні напрями розвитку мистецтва та дизайну 1970-х років. **Предметом роботи** – принципи та тенденції формування полістилізму в даний період.

**Методи дослідження** витікають із системно-структурного підходу до формування образно-художніх рішень в сучасному мистецтві та дизайні. За допомогою літературно-аналітичного та візуально-предметного методів досліджено основні риси розвитку дизайну та моди в період 1970-х років. Метод систематизації дозволив узагальнити основні форми впровадження модних тенденцій в дизайні костюма, як індивідуального проектування, так і масового тиражування. Метод порівняльного аналізу дозволив описати чинники та проектні практики дизайн-діяльності провідних Будинків високої моди. А методи спостереження та узагальнення обґрунтувати критерії полістилізму в дизайні та моді 1970-х років.

**Наукова новизна** представленої роботи:

- обґрунтовано принципи формування підґрунтя проектування колекції модного костюма на базі дослідження творчого першоджерела;
- визначено типологічні характеристики цільової аудиторії потенційних споживачів колекції костюма, сформованої на основі асиміляції сфери індивідуального обслуговування споживачів та розробки актуальних проектних образів для більш широких верств споживачів;
- охарактеризовано теоретичні основи концепції створення проектного образу перспективної колекції костюма;
- сформовано концепцію колекції костюма з інтерпретацією образно-проектних рішень сучасної моди.

**Практичне значення** роботи характеризується розробкою концепції колекції жіночого костюма з інтерпретацією образно-проектних рішень сучасної моди, заснованої на видозміні силуетних форм та пропорцій костюма в колекції та взаємопливі основних рис колориту та декору колекції костюма.

## **РОЗДІЛ 1**

### **АНАЛІТИЧНИЙ**

#### **Вступ**

У 1970-х роках ХХ століття характер сучасної моди суттєво змінюється. Припинив переважати єдиний модний напрям. Кожна група споживачів, обирала ті стилістичні та образно-проектні рішення, які відповідали її естетичним поглядам.

Модний одяг, був не тільки засобом позиціонування соціальної приналежності, а й давав можливість самовираження. У журналах мод можна було прочитати, що правильної чи неправильної манери одягатися більше не існує. Відмова від чітких правил і еталонів у 1970-х роках призвела до того, що цей час було названо «десятиріччям поганого смаку». Хоча, якщо озирнутися на моду того часу з позицій сьогодення, то необхідно зауважити, що вона зовсім не здається такою вже сумбурною і, тим більше, без смаку, в ній, незважаючи на еkleктичність і запевнення про відсутність стильової єдності, все одно чітко простежується загальна естетика дизайну 1970-х років [12].

#### **1.1. Соціально-культурні передумови формування полістилізму в моді 1970-х років**

На початок 1970-х в економічно розвинених країнах, разом зі збереженням матеріально-економічної стабільності і зростанням продуктивності праці, з'являються і все більше дають про себе знати негативні явища, пов'язані з технократичним розвитком цивілізації і інспіровані промисловою революцією 1950-1960-х рр. Усе більш антигуманний характер приймають явища урбанізації, індустріалізації, масофікації, стандартизації. Внаслідок безжального використання природних ресурсів порушується екологічна рівновага довкілля, виникають радіоактивні осадки, кислотні дощі, хімічні забруднення води, повітря, ґрунту. Великі міста задихаються від смогу, промислових викидів, перенасиченості транспортом, від нестихаючого навіть ночами шуму. У всьому

світі відзначається зростання злочинності, наркоманії, тероризму. Ці явища породжували у свідомості людей втома і розчарування [4].

Саме і цей період проходить післявоєнна ейфорія в настроях суспільства. Витрати технократичного способу життя з його гарячковими темпами і психологічними стресами позначаються в появі певної захисної реакції у вигляді бездуховної раціональності, обачності, розвитку поверхнево-розважальної "масової культури", моральної і естетичної нерозбірливості. В той же час виникає тяга до менш гарячкового і напруженого, стабільнішого способу життя, ідеалізація минулого, патріархального його устрою. У певній частині суспільства активізуються пошуки духовних цінностей і у тому числі захоплення різними релігійними сектами, східною релігією і філософією, окультизмом і містикою. Інтерес до окультизму на заході, впродовж десятиліть що не виходив за межі обмеженого круга обраних, перетворився на масове явище [14]. Популярним стало захоплення магією, астрологією і усім комплексом езотеричних знань.

Зміни в суспільній свідомості приховано впливали на формування нового, популярного образу людини, героя свого часу, поступово виводячи на перший план серйозніших, соціально зрілих, самостійно мислячих чоловіка і жінку. Вже не "пануючий біологізм" героїнь Брижитт Бардо і навіть не життєствердний оптимізм і безпосередність героїв італійського неореалізму, але інтелектуальність, артистичність, яскрава індивідуальність, причетність до культурних цінностей – ось ті риси, які складають новий "ідеальний" образ жінки. Відгуки на різноманітні проблеми, що хвилюють суспільство та особистість, виражалися в 1970-і рр. мовою модного костюма як ніколи раніше оперативно і різноманітно. Мода цього періоду орієнтується в основному на дорослу "інтелектуалку". Ця мода вимагає від жінки гладкої зачіски, що відкриває лоб, спокійного розміреного кроку і стриманих манер, вимагає бездоганно чітких ліній і абсолютної продуманості елегантного туалету... Ця ж мода вводить в наш будинок антикваріат, ікони і свічки, старовинні меблі, вона ж примушує людей, байдужих до мистецтва [19, 24, 26].

Жоден з попередніх періодів європейської моди не уявляв таку складну і суперечливу картину великої кількості різноманітних форм і видів одягу, як десятиліття 1970-х рр. Про "масову перевагу", а тим більше про панування однієї або двох-трьох схожих форм (як те було в період моди *a la garconne* 1920-х років, *New Look* 1950-х або міні-моди 1960-х років) не було вже і мови. На формування тієї або іншої моди сезону в цей період справляли вплив три основні течії [26]:

- "haute Couture"(висока мода), що продовжувала інтенсивно працювати і боротися, відстоюючи своє лідерство, що вже помітно похитнулося;
- "pret - a - porter"(мода конфекції) і промисловий дизайн, що піднявся на небувалий до цього високий технологічний, технічний і естетичний рівні;
- як ніколи раніше активна мода вулиці, що спонтанно виникає та інспірується новою соціальною психологією, що затверджує цінність людської особистості і потребу її самоствердження.

1970-і рр. стали переломним моментом в історії європейської моди. Вони підвели підсумки багатьом колишнім процесам, що відбувалися в області моди, і започаткували новим. Починаючи з 1970-х рр. мода вже не могла розраховувати на свою колишню роль диктатора. Втрачає значення саме поняття моди як єдиного пануючого, переважаючого над іншими смаку, погляду, напряду. Останній раз цьому визначенню відповідала міні-мода. Вольовий диктат в моді став неможливий по ряду дуже істотних причин. Передусім, впродовж цілого ряду сезонів мода не змогла висунути яку-небудь нову життєву концепцію, здатну захопити маси. Дійсно, сталася криза моди [23, 27, 31].

За тривалий період свого розвитку, рухаючись по спіралі і циклічно повторюючись в окремих своїх ознаках (але кожного разу в дещо іншій якості), мода в костюмі використала все, що скільки-небудь відповідають фігурі людини, як незмінній фізичній основі, найрізноманітніші оболонки, тобто форми костюма. У 1970-і рр. були обіграні модним костюмом усі основні його форми: прямокутник аж до квадрата, трапеція і трикутники, овал. Мода вводила у свій обіг різні форми і пропорції костюма, доводячи їх до крайніх меж. Так, лінія талії максимально затягувалася в костюмі стилю модерн і нівелювалася в моді

"гарсон" 1920-х, в міні-моді і формі "мішок" кінця 1950-х. Ширина брюк коливалася від гранично широких "двох спідниць" або "слонової лапи" до брюк, що обтягують усі форми тіла. Довжина спідниць опускалася майже до підлоги і піднімалася до рівня, що ледве прикриває стегна [25, 29, 36]. Ширина плечей і усього костюма в цілому в деякі періоди перетворювала жінку на подібність шафи, а в інші одяг облягав тіло, як друга шкіра.

Крім того, в 1970-і рр. мода використовує своє минуле і у пошуках новизни і виразності доходить до крайнощів форм і контрастів образних характеристик. Так, вона пропонує "супержіночність" і мужність аж до ідентифікації з чоловічим виглядом; діловитість, спортивність, "воєнізованість" і поряд з цим досвідченість і порочність. Вона виражає прагнення до природного життя на природі, але також і захопленість бурхливим міським життям і т. д [35, 37].

Іншою, не менш істотною причиною відходу моди від колишнього диктату обов'язкових однакових образів і форм стала нова, така, що поступово впроваджується в суспільну свідомість, психологічна установка на розвиток і виявлення індивідуальних якостей людини, розуміння їх цінності. У 1970-і роки в поняття краси і привабливості людини стала входити якість її яскравої індивідуальності. Це привело до одночасної появи в моді різноманітних, у тому числі різко контрастних жіночих типів.

## **1.2. Основні напрями розвитку тенденцій офіційної моди 1970-х років**

Незважаючи на суперечність, сумбурність окремих ідей і модних форм, це десятиліття мало основну, генеральну тенденцію їх видозміни, що виражається у все більшому збільшенні об'ємності, в переході від чіткої, компактної, скульптурної форми до динамічних мальовничих форм, що міняються при русі; у багат шаровості і "розімкнутості" форм в просторі; у загальній ускладненості композиції. Принципово важливим нововведенням моди 1970-х рр. є те, що вона у пошуках нових форм і виходу ситуації з кризи пішла цього разу шляхом розробки різних стильових рішень костюма. Мода стала створювати не лише нові форми, але і стилі, відповідно до яких вирішувалася та або інша форма.

1970-і роки ствердили і розвинули існуючі, традиційні стилі: класичний, жіночний (романтичний) і спортивний, але головне, вони створили цілий ряд образно-стильових рішень костюма, що відбивали соціально-економічні, емоційно-психологічні, естетичні та інші явища, що хвилювали суспільство у 1970-1980-ті рр [36, 39, 40.41]. Ще однією характерною для цього періоду рисою є значний розвиток прийому комплектування костюма на основі як класичних, так і нових видів асортименту, що дістав також назву "Гардероб з сегментів".

До 1970-х років у "великій моді" склалося положення, яке можна було назвати кризовим. Уперше в історії європейського костюма офіційна мода, як не намагалася, впродовж цілого ряду сезонів не змогла замість міні-моди, що завершує свій цикл існування, заявити нову, здатну об'єднати різні тенденції, глобальну концепцію форми. Міні-мода була останнім напрямом, що створив свою оригінальну форму, що підпорядкував та притягнув на якийсь час масових споживачів. Проте, незважаючи на його колосальну популярність, цим тотальним модним напрямом були упущені, проігноровані потреби ділових жінок старшого віку. У зв'язку з цим західні фірми втратили значну частину своєї клієнтури. Діячі моди відчували своєчасність переходу до образу дорослої, соціально зрілої жінки і до зручного і практичного одягу з класичною довжиною спідниці, що закриває коліна. Але було очевидно, що вирішувати цю задачу простим подовженням спідниці, поверненням до ще не забутого минулого психологічно неможливо, це розцінювалося б як повернення до старомодного. Крім того, жінка в міні-спідниці здавалася безумовно молодше і авангардніше, ніж в спідниці звичайній, консервативно-класичної довжини [41].

Ще у кінці 1960-х рр. повернення від надкороткої спідниці до спідниці помірної, середньої довжини багато фірм вирішили зробити методом парадоксу – зверненням до незвичайних для тому часу довгих спідниць (до середини ікри – "міді" або до щиколотки – "максі"), якими розраховували захопити авангардистів, а також і помірних наслідувачів моди. Моделі "максі" і "міді" довжин були представлені у багатьох колекціях "Haute Couture" 1968-1969-х рр.

– Сен Лорана, Діора, Кардена, Пату та ін. Проте, масовий смак тоді зовсім не був здатний сприйняти цю моду на практиці серйозно [40].

Цілий ряд сезонів у кінці 1960-х і початку 1970-х рр. в моді триває так звана "боротьба довжин". Паризькі модельєри пропонували моделі нових довжин, в той же час представляючи і все ще популярні "міні", як такі, що мають попит. Так, в колекції весна-літо 1970 р. були представлені моделі трьох довжин (міні, міди, максі) або навіть дванадцяти (якщо вважати проміжні) довжин. Наприклад, Курреж, Феро, Унгаро запропонували міні-сукні, доповнені декорованим гольфом; Ніна Річчі, Диор, Карден - сукні і костюми "міди "; ті ж Диор, Феро і інші модельєри пропонували нарядні туалети "максі" [43]. А в колекціях паризької "pret-a-porter" і "haute couture" на осінь-зиму 1970/71 рр. вже усі сукні і костюми на декілька сантиметрів прикривали коліна або доходили майже до щиколотки.

Мода міні і максі 1968-1972-1973 рр. (у асортименті верхнього одягу і легкого вбрання) мала лаконічну, компактну форму виробів з малооб'ємним верхом, високою проймою і вузьким у верхній частині рукавом, з маленьким припуском на свободу облягання. У зв'язку з цим отримала велике поширення конструкція суконь, жакетів і пальта з так званим "відрізним боком". Форма костюма від вузького верху плавно розширювалася донизу, і так само формувалася кожна із складових його деталей (аж до підборів взуття). Домінантою, що веде композицію костюма, була вертикаль. Прагнення витягнути форму і зробити її спрямованою вгору позначилося в посиленому виявленні і акцентуванні усіх вертикальних ліній - контурних, конструктивних і декоративних в усіх видах одягу [41, 42, 44].

Винаходом цього періоду стали також наддовгі в'язані шарфи з декоративними кінцями з бахромою, що звисають поверх пальта. Вони утворювали дуже активну лінію, що зорозво збирає увесь торс в динамічну вертикаль і концентрується в маленькій шапочці, виконаній в гарнітурі з шарфом. Лінія горизонту в зображеннях моди зміщувалася вниз, погляд ковзав по фігурі від низу до верху, повторюючи спрямованість форм [43 – 45].

Еліта суспільства, що бажала виділитися, і взагалі авангардисти моди легко сприйняли "міді" і "максі". У популярних західних журналах того часу з'являються фотографії представниць цієї еліти (наприклад, Елізабет Тейлор, Катрін Ден'єв, Клод Помпідю та ін.) в туалетах нових довжин. Відносно велике поширення подовжений одяг у кінці 1960-х – початку 1970-х рр. отримав в асортименті суконь для літнього відпочинку і нарядних, оброблених пухнастим хутром пальт. Проте витончена елегантність і вишукані подовжені силуети, що нагадують жінку-лінію 1930-х рр., не отримали у той час масового визнання і поширення. У більшості журналів мод і на вулиці тривала міні-мода, яка безумовно користувалася популярністю серед молоді. Декілька сезонів на початку 1970-х рр., особливо влітку, на вулиці ще переважала міні-мода з її мінімальними об'ємами, щільним приляганням верхньої частини до фігури, високо ушитим, вузьким рукавом, прямим або напівприлеглим (пірамідальним) силуетом [42, 46, 47].

В зв'язку з тривалою міні-модою залишається популярним майже колишній, лише злегка пом'якшений образ юної і крихкої, наївно-зухвалої дівчинки, з дещо манірними позами і живими рухами, злегка крученою навколо своєї осі фігурою і по-дитячому, нарочито клишоного поставленими гнучкими ногами. При цьому широко розставлених ніг, як раніше, у моделей вже не зустрічається. Було очевидно, що більшість жінок все ще не схильна відходити від придбаних на початку 1970-х рр. якостей практичності, раціональності, доцільності костюма, які їм дала легка, комплекти одягу демократичного, спортивного стилю. І Будинки моди "Haute Couture" проявляли невпевненість або обережність, впродовж декількох сезонів не наважуючись вносити істотні зміни в моду і пропонувати скільки-небудь сміливі нововведення форми. Деякі Будинки високої моди зайнялися виготовленням конфекції вищого класу [21].

У 1971-1972 рр. Ів Сен Лоран запропонував моду "Liberation"(звільнення), що відроджує елементи моди 1940-х рр.: квадратні плечі, рукави з напуском, спідниці плісе або в складку, червоні губи, чорні панчохи, високі платформи. Створений ним образ на тлі моди початку 1970-х був якоюсь мірою грубуватим,



не імпонував масовим смакам та ідеалам того часу. Сам Лоран представляв це "звільнення" як агресивне і спокусливе. Воно було сміливим, несподіваним, шокуючим – безумовно, це була сенсація, але це був і промах великого художника. Мода "Liberation" не зустріла ні симпатії, ні розуміння і не знайшла послідовників [20].

Визначною у сфері високої моди стала прем'єра колекції "Haute Couture" на весну – літо 1972 р. В колекціях знову були представлені різні напрями – багато в чому повторення вже створених обрпзно-проектних рішень. Так, наприклад, Курреж знову показав комплекти спортивного стилю зі знімних спідниць довжиною біля коліна і коротких шортів, Діор – комплекти з брюк з плащами і куртками, Живанши – пірамідальний силует костюма з геометричною розробкою, Ів Сен Лоран, Карден, Ніна Річчі – колекції промислових виробів (конфекції). Жан Пату, Пьер Бальмен, Шанель, Унгаро, Луї Феро представили колекції, в яких також було багато моделей на рівні конфекції. Все ще залишалися невеликі об'єми одягу, вузькі плечі і ліф. Проте, поступово зникали крайнощі довжин – міні, міді, максі; модою заявляється "нормальна", але, швидше, нерішуча і маловиразна довжина "біля коліна": трохи вище, трохи нижче, на рівні нього. Ця колекція не отримала високої оцінки громадськості [9].

У колекціях на осінь-зиму 1972-73 рр. "Haute Couture" також не привнесла істотних змін в моду. Як і раніше, вона ґрунтувалася на класиці, елегантності і спортивності, на принципах зручності і практичності численного асортименту виробів, що активно комплектуються. Загальною була класична простота моделей в різних колекціях. Пропонувався так званий "класичний, неокласичний" одяг. Спостерігалось також невелике збільшення об'ємів, деяке пом'якшення форм в області плеча і по лінії грудей. Стрункий конічний силует починає різкіше членуватися, упевненіше підкреслюється талія (на її природному місці), трохи більше акцентуються стегна. Фігура набуває крученості навколо своєї осі [13, 14, 17, 24].

### **1.3. Становлення масової моди "pret-a-porter" як основної форми впровадження модних тенденцій в суспільстві**

На тлі цієї стагнації (або ж кризи) "офіційної" моди виявляє свою силу і значення інша складова моди 1970-х рр. – мода вулиці. Вона виникає за своїми законами і впродовж усього десятиліття чинить дуже активну дію на ситуацію, що реально складається, в моді. Світовідчуття людей в 1970-і рр. формував "натиск" дійсності, що оточувала їх, з усіма подіями, що тривожать і розбурхують психіку, і зрушеннями в сфері політики, економіки, екології, культури, викликаючи реакції у відповідь емоційно-психологічного протистояння, самозбереження. У 1970-і рр. більше, ніж в 1950-і і 1960-і рр., жінки відстоювали самостійність і незалежність своїх поглядів і смаків, у тому числі прояв індивідуальності у своєму костюмі. Не боячись виявитися "немодними", вони вже не слідували беззастережно журналам мод, а лише приймали їх до відома, вибираючи те, що відповідало їх смакам, бажанням, потребам. Дизайн одягу тих років виявляв скоріш не боротьбу, а мирне співіснування трьох (або навіть усіх дванадцяти) довжин одягу [24, 26, 29].

Назустріч цим бажанням однозначно йшло виробництво конфекції, "pret - a-porter", яка прекрасно розуміла і оцінювала ситуацію, що склалася, а головне, внаслідок своєї специфіки мала можливість її дозволити (на свою користь). "Конфекція" стала третьою силою, третім найважливішим чинником, що формує реальну моду 1970-х рр. Основним завданням цього виробництва стало задоволення реальних потреб людей, а не створення авторської концепції моди, нехай навіть у високохудожніх зразках. Одяг "pret-a-porter" повинен був рівною мірою мати і утилітарно-практичні, і естетичні якості. Це не означає, що "pret-a-porter" не створювала моду, навпаки, але це була не "божевільна", а "розумна" мода (термінологія того часу). Вставши на принципи наукового підходу до проектування і виробництва костюма, індустрія "pret-a-porter" підняла конфекцію до рівня промислового дизайну, забезпечуючи дуже велику кількість споживачів своєю розумною, привабливою, масовою продукцією [29].

Істотним джерелом нового в дизайні та виробництві костюма стали останні досягнення текстильної, швацької, трикотажної промисловості; винаходи і відкриття, нові машини і устаткування, автоматизація технологічних процесів тощо; а також нові матеріали (сумішеві, прокладення, утеплювачі та ін.). Довгий час популярним був кримплен (стовідсоткове синтетичне трикотажне полотно) різної фактури і товщини, незвичайно міцний (незношуваний) і немнучкий. Нові матеріали і нові методи обробки дали можливість масового виробництва моделей одягу, що мають підвищену практичність і сучасну дизайнерську естетику. Таким чином, разом з одягом гостро модних ліній і форм, створюваних вільною фантазією майстрів високої моди, з'явилися види і форми практичного одягу з новими художніми ефектами, ґрунтовані на виробничому новаторстві і доступні для масових споживачів (тобто на принципах дизайну) [31, 32]. Масове виробництво з його конфекцією стало більшою мірою забезпечувати соціальне замовлення саме на той одяг, якого потребували більшість людей.

Виробники конфекції, імена яких набули широкої популярності, змагавшись з великими творцями високої моди, стали вирішувати питання про те, що носитиме вулиця. Будинки моди "Haute Couture" (наприклад, дизайнер П'єр Карден) також починають присвячувати частину своєї роботи виготовленню конфекції, навіть цілих колекцій, проте ця не властива їм діяльність не приносить великого успіху, хоча і дає можливість існувати. Справжній дизайн ґрунтується на високій культурі виробництва, а секрет успіху промислових фірм – на науково-технічних винаходах і розробках, яких не мали в розпорядженні традиційні Будинки моди [32].

Класичним прикладом дизайн-продукції є джинси, секрети виробництва яких зберігалися в суворій таємниці (подібно до того, як колись зберігався секрет виробництва китайського фарфору...). А потім і інші, усе більш численні вироби масового виробництва: одяг стилю "сафарі", брюки з нового виду вельвету ("вельветки"), куртки, плащі і пальто – від якнайлегших ветровок до морозостійких пуховиків – і, нарешті, величезна кількість різноманітного трикотажу, що вступав на Олімп своєї популярності [28, 31]. З'явився небувалий

достаток трикотажних виробів для усіх пір року : товсті кофти і витончені кофтини; светри – від тонких "водолазок" до товстих, грубої в'язки; жакети (типові – з коміром-шаллю і поясом); кардигани, пуловери, жилети; майки, футболки з довгими і короткими рукавами; різноманітні комплекти; рейтузи, шапки, шарфи (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

**Найбільш популярні види асортименту  
одягу масового вжитку 1970-х років**

назва	характеристика	зображення
<b>Сукні</b>	<p>Короткі сукні-сорочки, сукні-джерсери, сукні із заниженою талією та сукні-туніки все ще були модними стилями на початку 1970-х років. Сукні без рукавів одягалися поверх сорочок з короткими або довгими рукавами з високими шкарпетками до колін.</p> <p>Сукні із заниженою талією на гудзиках посилалися на епоху флєпперів 1920-х років. Цього разу вони були зроблені з подвійного поліестеру, який був досить жорстким. Багато суконь мали великі коміри, а деякі почали носити хіпі-принти у вигляді жовтих, зелених і помаранчевих кольорів або пейслі-завитки.</p> <p>У 1973 року сукні стали більше схожими на моду 1940-х і 1950-х років зі спідницями А-подібної форми або плісированими спідницями та топами на гудзиках. Прості цілі сукні з поясом, коротким рукавом та повітряною спідницею або плаття-костюм з краваткою складали більшість повсякденних суконь 70-х років. Багато зимових видів плаття випускалися в стилі сорочки на гудзиках з довгими рукавами "бішоп" і відповідним поясом. Виріз був, як і раніше, досить скромним. Краватки-метелики, маленькі розрізи, коміри "мандарин" та великі складні коміри додали різноманітності без оголення. В останні роки шнурок на ший, поясний ремінь і поділ, що опускається на кілька дюймів нижче за коліно, зробили сукні ще вільнішими.</p>	

<p><b>Джинси</b></p>	<p>Хоча джинси були винайдені в 1870-х роках, лише через століття вони увійшли в жіночі шафи.</p> <p>У 1970-х роках джинси остаточно зарекомендували себе як жіночий одяг. Оскільки жінки отримують більше можливостей для повної та неповної зайнятості, виникла потреба в зручному та практичному жіночому одязі.</p> <p>Джинси-кльош і брилі будь-якої форми або форми вважалися основним елементом жіночої моди 1970-х років.</p> <p>На початку 1970-х були популярні блакитні джинси, зістарені або попередньо відбілені. Додавання контрастної строчки, гудзики та заплати до джинсової тканини - це творчий спосіб зробити їх унікальними.</p> <p>Наприкінці 1970-х джинси знову стали темними і обтягуючими. В останні роки також поширилися кольорві моделі. Особливо цінувалися торгові марки Calvin Klein, Pierre Cardin, Jordace і Gloria Vanderbilt. Носіння дизайнерських джинсів з логотипом на задній кишені говорило, що жінка слідує за модою.</p>	
<p><b>Комбінезони</b></p>	<p>У 1970-х роках комбінезони також були елементом гламуру. Комбінезон, який часто виготовлявся з тканин яскравих кольорів, вважався гарною альтернативою сукні максі. До того ж, доповнена парою туфель на платформі, вона стала ідеальним нарядом для дискотеки.</p> <p>Однак комбінезони в 1970-х роках створювали не тільки для вечірніх прогулянок. Жінки почали носити їх наприкінці 1960-х, коли приймали гостей у своїх будинках. Очевидно, комбінезон був набагато практичнішим і зручнішим вибором, ніж сукня.</p> <p>Незабаром комбінезон став «мейнстрімом», і жінки почали носити його скрізь, як для відпочинку, так і на вечірки. Типовий комбінезон 1970-х майже завжди був розкльошеним на ногах і мав рукави-дзвіночки. Однак досить популярними були і варіанти без рукавів.</p>	

<p><b>Брючні костюми</b></p>	<p>Оскільки рекордна кількість жінок у 1970-х рр. вийшли на професійну роботу, де переважно знаходилися чоловіки, жінки відчували необхідність одягатися для досягнення успіху в чоловічі брюки, сорочки та куртки. Роль і гардероб Даян Кітон у фільмі «Енні Холл» надихнули новий офісний стиль. Чоловічі блузки носили поверх жилета і блузки з галстуком-краваткою, з широкими брюками і чоботами з гострим носом. Додавши до цього класичні чоловічі сорочки, жилетки, великі шляпи, туфлі на плоскому підшві та окуляри - цей образ став новим рішенням для розумних і модних жінок у всьому світі.</p>	
<p><b>Спідниці</b></p>	<p>За межами офісу жіночі повсякденні спідниці могли бути будь-якої довжини – від мікро-міні до максі у підлогу. Міні-спідниця була перенесена з 1960-х років, яку носили підлітки та молоді жінки до 1973 року, коли спідниці "впали" на підлогу вперше з початку століття.</p> <p>Найпопулярнішими довжинами та фасонами були прямі або плісировані спідниці завдовжки до коліна. Вони були просторі навколо стегна та ніг, але часто мали частково або повністю еластичний стан для комфорту в середині. Вони стали довшими наприкінці десятиліття, коли селянська спідниця середньої довжини вийшла з руху хіпі в мейнстрім. Яруси, яскраві принти і мереживні вставки створили набагато легший і невимушений образ у десятилітті.</p> <p>Довгі селянські чи бабусині спідниці запропонували альтернативу манії на короткі та середні спідниці. Спідниця St. Tropez, побудована в бабусиному стилі з J-подібними вставками з тканин, що чергуються, була випущена в 1973 році.</p> <p>Багато хіпі вирішили зробити джинсові спідниці із синіх джинсів, відкривши внутрішні шви ніг та з'єднавши їх разом. Могли бути присутніми додаткові тканини, а також обробка мереживом та вишивкою.</p>	

### Сорочки, блузи і топи

Блузи 1970-х були консервативними, на гудзиках та з великими комірами, бантиками або маленькими краватками на шиї. Шовкові блузки стали нарешті (більше) доступними.

Сорочки-туніки були жіночими найкомфортнішими сорочками. Велика довжина також чудово приховувала великі стегна, бюсти та животики, замість того, щоб показувати їх у вузькій футболці. Вони добре поєднувалися із зручною парою джинсів, штанів або з плісированими спідницями. З бавовни вони були ідеальною літньою сорочкою; з матового трикотажу або в'язаного поліестеру могли бути досить ошатними для вечері. Доповнювалися поясом ремнем, щоб наголосити на талії без тиску шкіряного ремня.

Улюблені повсякденні речі влітку – короткі сорочки чи трикотажні топи. Повсякденний топ із зав'язками також мав успіх у поєднанні з розкльошеними брюками з високою посадкою або короткими шортами. Сорочки поло застібалися на блискавці, гудзиках або залишалися відкритими у вигляді невеликого V-подібного вирізу з прямими комірами. Вони акуратно прилягали і були з короткими рукавами. Футболки були вузькими та короткими, у багатьох були контрастні смуги на шиї та руці. Райдужні смужки були також популярні.



<p><b>Верхній одяг</b></p>	<p>Жилети були основним елементом багаточарових образів упродовж 1970-х років. Довгі в'язані жилети-кардигани одягалися поверх блуз і штанів і були розстебнуті і бовталися, або застебнуті ременем. Короткі чоловічі жилети поєднувалися зі брюками або спідницями.</p> <p>В'язане пончо було основним теплим елементом гардеробу на початку 1970-х. Саморобні в'язані гачком, трикотаажні з відкритими переплетеннями, народні візерунки та пончо з пледа в клітку короткої та середньої довжини накривали не лише хіпі, а й зрілі жіночі торси. Шарфи, обгортки та хустки з тих самих матеріалів, зазвичай домашнього виготовлення, були альтернативою.</p> <p>Жіночі пальта починалися з великих пледів завдовжки до колін або нижче. Тренч і пальто-халати залишалися в моді більшу частину десятиліття, але у світліших пастельних тонах та кольору слонової кістки. Тяжкий твід, букле та гобеленова тканина увійшли в моду і на початку, і наприкінці десятиліття. Довжина вкорочена до двобортного бушлату або піджака. Модним фаворитом була шкіряна куртка середньої довжини, а також плюшеве пальто - кожушок зі штучного хутра з ворсом.</p>	
<p><b>Взуття та аксесуари</b></p>	<p>У взутті 1970-х років, девізом було «чим більше, тим краще». У 1970-х роках туфлі на платформі були найпопулярнішим взуттям для обох статей. Деякі називають їх офіційним взуттям десятиліття.</p> <p>Сабо – також були одним з найзнакових трендів у 1970-ті роки. Вони були важкими і громіздкими, але їх легко було вдягати та знімати, були унісекс та просто зручні. Зазвичай з дерев'яною підошвою та шкіряним ремінцем або верхом із відкритими підборами. Або були об'єднані з підошвою сабо в середині 1970-х зміталися з полиць модниць. Влітку босоніжки на підборах із дерева доповнювали квіткові сукні.</p> <p>Хоча капелюхи поступово виходили з моди у 1950-х та 1960-х роках, багато</p>	



	<p>молодих жінок у 1970-х все ще носили їх. Капелюх із широкими полями, мабуть, найзнаковіший за десятиліття. Модною також стала крикетна шапка або кепка «для газетників», які створювалися з усіх доступних матеріалів та будь-яких кольорів, які можна собі уявити: від махрової тканини влітку до вельвету взимку.</p> <p>Шарф, прив'язаний до шиї або навколо голови, як хустку, було перенесено з 1960-х років. Товсті зимові шарфи накидали на плечі. Легший весняний шарф можна прив'язати до одного плеча і закріпити на талії, щоб виглядати дуже модно.</p> <p>Ремені - більшість одягу продавалася з поясом у комплекті. Більшість жінок також мали широкі ремені з кільцевими пряжками, щоб одягати поверх туніки або довгої сорочки. Тонкі та товсті ремені робили з натуральних матеріалів, таких як макраме, гобеленова тканина та перероблена тканина та додавали образу хіпі різноманітність.</p> <p>Сумки - крос-боді з макраме був новою сумочкою 1970-х років. Довгий ремінь через плече з прямокутним або округлим тканим корпусом кольору слонової кістки був незамінним аксесуаром літа.</p>	
--	--	---

Конфекція випускала і класичний асортимент повсякденного демократичного одягу: пальто, півпальто, плащі, костюми із спідницями або брюками, жакети, жилети, сукні і т. д. Асортимент продовжував поповнюватися – пізніше з'явилися напівкомбінезони, комбінезони, сукні-сарафани, сукні-пальта. Крім того, кожен вид одягу мав свої різновиди форм і кроїв. Так, спідниці – вузькі прямі, що розкльошують фалдами; закладені в складки, що розходяться від стегон; плісировані і, нарешті, спідниці-брюки. Брюки зустрічалися усіх довжин і форм: широкі і довгі "піжамні" або "слонова лапа"; бермуди – трохи нижче колін, гольф з напуском, що вправляється в чоботи; шорти. Жилети були дуже довгі, такі, що надівалися на брюки або сукню, або дуже коротенькі, майже дитячі, із закругленими поличками, які носили і з брюками, і із спідницями.

Сукні-сарафани (короткі) надівалися на брюки або рейтузи зі светром або блузою. З більшості цих одиничних виробів можна було скласти найрізноманітніші комплекти [32, 33].

#### **1.4. Дизайн-діяльність провідних Будинків високої моди**

У Франції у 1970-х роках продовжували творити Ів Сен-Лоран і П'єр Карден, який в 1977 р. запустив нову лінію одягу, названу "прет-а-кутюр", тобто що знаходиться між високою модою і готовим вбранням. У той же самий час набирали силу молоді модельєри, що працювали тільки для ліній прет-а-порте, в першу чергу Соня Рікель (народилася в 1930 р.), що отримала титул королеви трикотажу [8]. У 1962 р. вона зробила свій перший светр. А перший магазин відкрила в 1968 р., в розпал студентських заворушень. З середини 1960-х рр. в центрі її уваги опинився трикотаж: в'язані яскраві, з об'ємними або графічними візерунками кофти, брюки, комбінезони і аксесуари, що відповідають їм, - берети, рукавички, шкарпетки. У 1970-х рр. силует від Соні Рікель в стилістиці 1930-х рр. завоював особливу популярність. Її принцип – "Свобода показувати усе краще і ховати те, що не так добре". Її улюблений колір – чорний, символ елегантності [11]. Але вона ж повернула до життя тонку гру фарб і колірних акцентів, а смужки вважаються її фірмовим знаком.

З 1963 р. в Парижі працює дизайнер німецького походження Карл Лагерфельд (народився в 1938 р.), який після навчання у Бальмена і Жана Пату стає провідним модельєром Будинку моди Хлое, що створює одяг прет-а-порте класу "люкс". У костюмах Лагерфельда зливалися воєдино мода, ремесло і історія мистецтв, в якій майстер завжди шукав натхнення. На початку 1960-х рр. у нього вже був вдалий досвід модернізації класичної лінії хутряного одягу італійського Будинку Фенді (Будинок моделей, яким володіють п'ять сестер, відомий з 1925 р. своїм винятковим за якістю хутром і одягом з шкіри). Карл Лагерфельд звернувся до стилізації, створивши тонкі варіації на теми костюмів і суконь 1930 – 1940-х рр., завдяки чому в моду увійшли пишні орнаменти і графіка в стилі ар-деко [16 – 18].

У Парижі представляли свої колекції і модельєри інших країн. Найбільш самобутніми виглядали роботи японських дизайнерів – Ханае Морі, Кендзо Такади, Іссея Міяке, що справили помітний вплив на світову моду (особливо на хвилі захоплення етнічними мотивами). Хоча починаючи з 1960-х рр. дизайнери розробляли ідеї футуристичної моди (тобто моди майбутнього), одночасно у пошуках нових форм вони зверталися і до традиційних культур різних народів. В середині 1970-х рр. знову став популярним етнічний стиль, що увібрав в себе різноманітність світу. У основу ліг художньо переосмислена стилістика хіппі: широкі спідниці, блузи з легких тканин, дуже довгі шарфи в тон до сукні або з блискучих тканин [27, 29, 30].

В середині 1970-х рр. Парижу кинула виклик Італія. У середині самої країни Рим, Флоренція і Мілан оспорювали титул столиці моди. Переможцем вийшов Мілан. Завдяки тому що історично в Італії була дуже високо розвинена текстильна індустрія, на її мануфактурі виробляли велику частину тканин категорії "люкс". У 1970-х рр. здобули популярність Будинок Валентино і Будинок Міли Шон. Пізніше до них приєдналися Джорджіо Армани і Джанні Версаче (які задавали тон вже в 1980-х рр.). Італійський стиль відрізняють яскравість, невимушений шик і оптимізм, поєднані з елегантністю і почуттям міри. Так, весною 1971 р., коли одяг "максі" змінив "міні", Валентино (повне ім'я – Валентино Клементі Людовико Гаравани) запропонував довгу спідницю з високим розрізом, під яку надівалися міні-шорти.

Італійську моду відрізняють увага до клієнта, турбота про його потреби. Наприклад, сукні з кашеміру Лаури Бьяджотті (перша колекція з'явилася в 1972 р.) дозволили елегантно розв'язати проблему великих розмірів. Журнал "Time" назвав дизайнера королевою кашеміру, оскільки Бьяджотті і ввела моду на цей матеріал. Паралельно й інший Будинок моди працював у близькому напрямі, але у рамках альтя-моди (італійського *haute couture*), – Будинок Міли Шон, чия перша колекція була показана у Флоренції в палаццо Пітті. Її стилістика (що склалася з моменту створення Будинку в 1958 р.) – боязка елегантність, якій вона і слідувала, віддаючи перевагу простим лініям, прямокутним чітким силуетам,

дорогим матеріалам і вишивкам, вишуканим поєднанням пастельних тонів або білому кольору. Її жіночні вечірні сукні, що втілювали добрий смак 1970-х рр., користувалися популярністю серед багатих амбітних італійських і американських клієнток [19 - 26].

Японія надихала багато західних дизайнерів, починаючи з Поля Пуаре і мадам Віонне. Проте такого поняття, як "японська мода", довгий час не існувало. Одяг, привезений з Японії, підрозділявся на два типи: дорогі кімоно і дешеві речі, що в післявоєнній Америці зневажливо називались "1\$blouse", – "блуза за один долар". У 1970-х рр. все різко змінилося: саме японські дизайнери вже задавали тон в європейській моді [27 – 29].

На заході традиційно переважає сприйняття одягу в статиці (спокої), в Японії головним для розуміння образу моделі або колекції став рух. Тісний взаємозв'язок одягу і жестів, поз, міміки людини, поза сумнівом, виникає з традиції носіння кімоно, адже воно завжди визначало пластику рухів людини. Надіваючи такий одяг, стаєш його співтворцем. Японські модельєри першими ввели моделі, у яких можна відстебнути рукави, змінити довжину, переробити комір. У Японії із старовини дуже велика увага приділялася тканині – її фактурі, кольору, візерунку, комфортності і т. д. І для сучасних японських дизайнерів матеріал – це відправна точка для створення усєї колекції.


Американки не прийняли європейську романтику кінця 1960-х рр. – спідниці "максі", волани, мережива. Для них дизайнери пропонували довгі спідниці з розрізами майже до пояса. Особливою популярністю користувалися крихітні шорти хот-пентс (буквально "гарячі брюки"), що прийшли з Європи, – вдень з джинсової тканини або вовни, а увечері з атласу або оксамиту. Добре такий одяг виглядав тільки на дуже струнких і високих [29, 32]. З середини 1970-х рр. в американській моді починають задавати тон нові дизайнери – Кельвін Кляйн, Хальстон і Джефрі Бін.

Промислове виробництво ставало усе більш складним, все більше операцій виконувалося машинами. І в якийсь момент дизайнери відчували потребу знову повернутися до кравецького мистецтва колишніх віків. Деякі навіть почали

власноручно ткати і фарбувати тканини для своїх колекцій. Слід сказати, що у Великобританії не було єдиного, чітко вивіреного напрямку – переважали фантазійно-романтичні настрої. Але у кінці 1970-х рр. заявили про себе перші молоді анархісти, не приголосні ні з якою модою, що збунтувалися проти всяких правил [31, 32]. Характеристику дизайн-діяльності провідних світових Будинків моди та дизайнерських брендів подано у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

### Характеристика дизайн-діяльності провідних світових Будинків моди та дизайнерських брендів

характеристика дизайн-діяльності Будинку моди або дизайнерського бренду	приклади моделей костюма
<p><b>П'єр Карден</b> у 1977 році запустив нову лінію одягу, яку назвав "прет-а-кютюр". Це щось середнє між високою модою та готовою сукнею. У 70-ті роки П'єр Кардену довелося переглянути своє ставлення до творчості, яку він починав як справжній футурист. Короткі спідниці довелося замінити на довгі, а для своєї музи Майї Плісецької він створив сукню – веселку, яка цілком відповідала стилю хіпі, що царював на початку десятиліття.</p>	
<p><b>Ів Сен-Лоран</b> також продовжував творити свою історію. Його внесок у світ моди важко переоцінити. Він вивів на світові подіуми печворк, завдяки йому жінки додали до свого гардеробу адаптований смокінг, долучилися до нового стилю «сафарі», ввів нову довжину під назвою «міді». Ів Сен-Лоран також був одним із перших кутюр'є, який запозичував напрямки з модних тенденцій 1970-х років, створивши власну елітну версію хіпі зі своєю розкішною шовковою сукнею з клаптем, а також використавши «селянський» та «етнічний»: додати хутро, яке не було секонд-хендом, як це було більш поширене, і блискучі нові оксамити в яскравих кольорах.</p>	

**Соня Рікель**, яка здобула титул королеви трикотажу та працювала тільки для лінії прет-а-порте. Її одяг мав величезну популярність, оскільки була носибельна у будь-яких ситуаціях. У стилі самої Рікель переважає трикотажний одяг, довгі боа, її улюблений чорний колір, як символ елегантності, стрази та маленькі в'язані капелюшки.



**Карл Лагерфельд** у цей час був провідним модельєром Будинку **Хлоє**, який створював одяг прет-а-порте класу люкс. У його творчості перепліталися мода, чудове ремесло та знання історії мистецтв, у якій він завжди черпав натхнення. У 1970-і роки Лагерфельд захопився стилізацією костюмів попередніх епох, завдяки цьому в моду знову увійшли пишні орнаменти і графіка в стилі ар-деко.



У 70-х роках ХХ століття став відомим Будинок **Валентино**. Коли 1971 року в моду знову увійшло максі, Валентино запропонував довгу спідницю з високим розрізом, під яку одягали міні-шорти. Втіленням його стилю став м'який гламур, перед яким світ не зміг встояти. Чудовий крій та чудові тканини підкорили всіх. До 1972 року Валентино випускає чоловічу та жіночу колекції пре-а-порте.



У 1972 році розпочинає свою активну діяльність Джанні Версаче. Він опиняється у Мілані, який кардинально змінює його життя. Допомагаючи з дитячих років своєї матері у пошитті жіночого одягу, він був знайомий з усім технологічним процесом. Потрапивши до столиці моди він отримує дуже хороші замовлення і співпрацює з відомими Будинками моди, мріючи про своє власне і вже 28 березня 1978 року у Мілані відбувається перша презентація жіночого одягу під його ім'ям.

Джанні постійно експериментував із тканинами та стилями, шукаючи свій відмінний почерк. Глибокі декольте, відкриті спини, короткі спідниці, облягаючі силуети та прекрасні шовки зачаровували модниць 1970-х років. Його костюми були яскравими та відвертими, не схожими на одяг інших дизайнерів.



Американський модельєр Рой Халстон Фровік, відомий просто як Халстон, створив майже кожну популярну сукню, яку бачили на танцполах 1970-х років. Його вільні драпіровані сукні з трикотажу та худі брючні костюми були ідеальними для танців завдяки своїй конструкції без ґудзиків і блискавок. Дизайн Халстона став основним елементом моди тих років, і оскільки він був одним із перших великих дизайнерів, які ліцензували своє ім'я, його одяг не тільки носили багато знаменитостей, але й став доступним для людей.



Відомий як виконавець традиційного в'язання та стилів хіпі, Білл Гібб вплинув на моду 1970-х років. Цей шотландський модельєр змішав принти, кольори, текстури та візерунки з етнічними, середньовічними, романтичними та ренесансними впливами. Його незвичайні, але втішні дизайни викликали тенденцію до еkleктики в британському модному дизайні. Гібб продемонстрував, як традиційні вироби ручної роботи, як-от ручне в'язання, прийнятні для основної моди.

Фантастичні твори Гібба часто були засновані на природі, демонструючи несподівані комбінації пір'я, друкованої шкіри, хутра та яскравих кольорових тканин. Але найважливішою його роботою був трикотаж.



Британський модельєр **Вів'єн Вествуд**, яку також називають матір'ю панку, зіграла велику роль у впливі панк-року на моду в Америці та Великій Британії протягом 70-х і за її межами. Вествуд привернула увагу громадськості, коли вона почала розробляти одяг для Малькольма Макларена – свого тодішнього хлопця і менеджера панк-рок-гурту Sex Pistols – і його бутика на Кінгс-роуд у Лондоні під назвою Sex. Ім'я Вествуда було синонімом штанів для бондажу, ексцентричного взуття на платформах, джемперів з мохеру та інші моделі одягу, які шокували та викликали реакцію, але також надихали на зміни.



**Оттавіо Міссоні** був найбільш відомий своїми трикотажними виробами зі сміливими кольоровими візерунками зигзагоподібного переплетення. Трикотаж з зигзагоподібним візерунком Missoni легко впізнати в сучасній моді, а візерунок під впливом 70-х використовувався на всьому – від кепок, шарфів, суконь, светрів та верхнього одягу – що робить Missoni всесвітнім модним брендом.



Японська мода – це філософія, пошук вираження сутності людини. На відміну від європейських дизайнерів японські першими вигадали динамічний одяг, у якого можна було відстебнути рукави, змінити довжину і переробити комір. На початку 1970-х років відкривається Будинок **Рей Кавакубо** та студія **Іссей Міяке**. Їхня творчість непередбачувана і дивовижна. Використання незвичайних матеріалів і дивних силуетів не завжди сприймали позитивно, але точно небайдуже. Девізом японської моди був авангард у всіх його проявах.





У 1971 одяг марки **Kenzo** була представлена в Токіо і Нью Йорку.

Усі створені колекції Кензо Такадо мали вибуховий ефект. Він прагнув показати свій стиль, свій погляд на світ моди, не піддаючись на модні віяння і тенденції. Стиль Kenzo не зміг повторити жодного дизайнера, що й зробило бренд Kenzo унікальним на ринку.

Модельєр любив створювати цілі уявлення своїх показів, що викликало невідомий інтерес модної публіки. Так, під час показу в 1978 році моделі ходили по подіуму, що нагадував арену цирку. Кульмінацією шоу був вихід Кензо Такадо верхи на слоні. Усі його покази проходили у культових місцях Парижа – на мосту Понт-Неф, біля замку у Бордо, на площі Віктуар. Під брендом Kenzo випускається по 5 колекцій на рік і всі вони проходили під вигуки задоволеної публіки.



1970-ті роки стали тим періодом розвитку системи моди, коли споживач почав вирішувати самостійно, який одяг він носитиме, а який ні. Виробники враховували смаки тих, кому призначалася їхня продукція, а не диктували «правила» і нав'язували своє бачення. Комерційний успіх став одним із основних критеріїв оцінки творчості дизайнерів костюма [32].

### **1.5. Ікони стилю 1970-х років та їх образно-проектні риси як законодавців модних тенденцій**

У 1971 році французький промисловець і бізнесмен Дідьє Грюмбах (згодом очолив французьку федерацію моди), організував асоціацію «Творці та виробники», що стала платформою для спільної роботи модельєрів та виробників одягу. Ця асоціація і допомогла багатьом модельєрам створити авторські марки. Молоді дизайнери змогли показувати нові колекції. Це зробило Париж столицею промислової моди [36, 37].

З'явилось поняття «нувель кутюр» (нова висока мода), 1970-ті були різнопланові та еkleктичні. Через десятиліття промайнуло безліч стилів – ретро, етнічний, класичний, романтичний, фольклорний, циганський, хіпі, білизняний, спортивний, мілітарі та сафарі, диско, унісекс, дифузний – стилі та стильові напрями, що є дизайнерською еkleктикою сам по собі, тому що він давав можливість змішування різних стилів в одній моделі. Важливо зазначити, що у 1970-х роках головний голос належав тим, хто працював для масового

споживача, так би мовити, робив промислову моду. Нові тенденції зароджувалися саме в колекціях прет-а-порте [34, 39, 41]. Дизайнери нерідко використовували те, що давала їм вулична мода, стріт-стилістика ставав джерелом натхнення нових ідей. Серед ікон стилю, на яких хотіли бути схожі всі модниці, у 1970-х роках стали (табл. 1.3):

Таблиця 1.3

### Ікони стилю 1970-х років

<p>Катрін Денєв називали символом жіночності. Вона воліла чіткі лінії та класичний крій в одязі. На ній завжди були елегантні спідниці та жакети стриманих кольорів, а також ідеальне укладання</p>	
<p>Модель та актриса Б'янка Джаггер продемонструвала світові елегантні сукні у стилі 70-х років на одне плече. Крім того, вона воліла блуза з шовку, хутра та елегантні капелюшки</p>	
<p>Джейн Біркін називали епатажною. Завдяки їй у дівчат стали популярними міні, взуття на платформі та джинси</p>	
<p>Копіруючи Лайзу Мінеллі дівчата стали коротко стригтися і наголошувати в макіяжі на очі. Акторка мала особливий талант поєднувати речі. Її образ завжди був непередбачуваним, але при цьому залишався елегантним</p>	
<p>Фара Фостер віддавала перевагу яскравим забарвленням і облягаючим моделям. Її постать стала прототипом створення знаменитої ляльки – Барбі</p>	

## Висновки

1970-і рр. стали переломним моментом в історії європейської моди. Вони підвели підсумки багатьом колишнім процесам, що відбувалися у сфері моди, і започаткували нові. Починаючи з 1970-х рр. втрачає значення саме поняття моди як єдиного пануючого, переважаючого над іншими смаку, погляду, напрямку. Останній раз цьому визначенню відповідала міні-мода. Вольовий диктат в моді став неможливий з ряду дуже істотних причин. Передусім, впродовж цілого ряду сезонів мода не змогла висунути яку-небудь нову життєву концепцію, здатну захопити маси. Дійсно, сталася криза моди.

Проте навіть "наймодніший" стандарт має властивість раніше або пізніше дискредитувати себе. Механізм руху моди проходить декілька стадій. Спочатку в неї включаються лідери: зірки естради і кіно, манекенниці і інші люди, що знаходяться в центрі громадської уваги. Вони її пропагують і, можна сказати, беруть участь в її формуванні. Потім до них приєднуються "імітатори", які хочуть бути такими, як лідери. Останніми приходять до моди аутсайтери (чи конформісти), які хочуть бути "як все". Не маючи відповідного вигляду, манери поведінки, смаку, просто загальної культури, вони можуть дискредитувати будь-яку моду. Не чекаючи цього, лідери починають нову моду. Наявність стандартів в масовій свідомості все більше і більше асоціювалася з потворністю і вульгарністю.

Незважаючи на усі посилені пошуки, моді 1970-х не вдалося винайти принципово нової, узагальнювальної концепції форми. Можливо, це було виключно важким завданням за умови сталої незмінної соціокультурної основи (у загальних рисах).

Таким чином, бажання споживачів відійти від знеособлення і підрівнювання, що усе більш зростає з 1970-х рр., спонукає виробництво шукати нові можливості виконання індивідуалізованих замовлень на основі нової комп'ютерної технології. Простежується чітка діалектика виробництва одягу: від кустарного способу виробництва унікальних одиничних речей, через серійне, а потім масове виробництво великих накладів однакового одягу, до виконання малих серій та індивідуалізованих замовлень на основі більш високого в науковому відношенні рівня дизайну і тиражування одягу.

## РОЗДІЛ 2 ПРОЄКТНИЙ

### Вступ

Перед створенням художнього образу та розробкою ескізних пропозицій необхідно дослідити фактологічний матеріал з обраної теми, композиційні та структурні основи побудови об'єкта-першоджерела, зовнішні умови його існування та принципи внутрішнього розвитку. Результати такого аналізу необхідно викласти в логічному розвитку та послідовній деталізації фактів чи аспектів теми.

Теоретична частина концептуального опису обов'язково дає невеликий огляд – дослідження сучасних напрямів у галузі костюма, які за своїм характером близькі до створюваного проектного образу. Зміст концептуального опису обґрунтовується джерелом обраної теми, з наданням його характеристик у просторі, часі та художній значущості. Авторська ідея має логічно впливати з джерела та бути завершеною в образі.

### **2.1. Формування підґрунтя проектування колекції модного костюма на базі дослідження творчого першоджерела**

Аналіз базового фактичного матеріалу, проведений в даному дослідженні, спрямований на те, щоб знайти якомога різноманітніші творчі підходи до стилізації моделей костюма як об'єкту проектування, визначення його рис, які доцільно використовувати в сучасному модному одязі, і графічні шляхи творчої трансформації властивостей об'єкту-першоджерела в актуальний костюм як продукт індустрії моди. При такому ретельному дослідженні теми, як початкові дані для перенесення в костюм автором визначені: форма, структура, декор, фактура і матеріали, способи поєднання елементів, цілісна асоціація даного образу [32, 33].

Вивчення об'єкту-першоджерела було здійснено з метою його подальшої трансформації в нові форми актуального модного костюма та здійснено за певними етапами: спочатку об'єкт досліджено візуально, зроблено стилізовані

замальовки та фор-ескізи; потім виділено його найбільш характерні ознаки, які й стали основою для роботи над ескізами костюмних форм, в яких важливо зберегти образний асоціативний зв'язок з першоджерелом.

Історична спадщина може бути відображена тематикою від археологічних визначних пам'яток до культури і мистецтва будь-якого періоду або регіону. В іншому аспекті це може бути тема сучасних досягнень в галузі архітектури, живопису, образів, нав'язаних художньою літературою, музикою, театром, кіно, артефактів прикладного мистецтва або досягнень науки. Темою може бути і власний погляд в майбутнє, за допомогою фантастики і філософії.

Наступний етап розробки концепції для створення актуального проектного образу та формування колекції модного одягу передбачає деталізований опис та обґрунтування шляхів та методів, трансформації об'єкта-першоджерела в пропозиції сучасного модного одягу (у відповідності до тенденцій розвитку моди, визначених раніше). При цьому подається дослідження та послідовний опис розвитку художньо-проектних характеристик теми-образу в колекції модного одягу за такими аспектами:

- тип споживача, для якого розробляється колекція;
- змістовий аспект побудови колекції костюма;
- асортиментний склад колекції;
- формоутворення та розвиток форм в колекції (підтримується фор-ескізами);
- декоративні та орнаментальні особливості колекції (підтримується фор-ескізами);
- колористичні особливості колекції (підтримується фор-ескізами).

На цьому етапі необхідно визначити тип колекції та її призначення, в залежності від художнього образу [45]. Це може бути:

- перспективна колекція, що визначає провідну концепцію моди;
- творча авторська, тематична чи спеціальна колекція, спрямована на створення всебічно довершеного художнього образу;
- промислова базова колекція, призначена для впровадження у масове виробництво, у відповідності до умов функціонування індустрії моди.

Основна ідея системи “колекція” може бути різною. При її створенні можливе поєднання кількох принципів, за якими будується її загальна концепція. Наприклад, в концепції перспективної колекції узагальнений символ-форма може підсилюватись колористичним рішенням, акцентуванням змістового центру композиції в цілому, творчим джерелом, трактуванням образу всієї колекції. При аналізі та синтезі системи “колекція”, необхідно зробити таке:

- визначити призначення колекції та виразно бачити її структуру;
- виділити необхідні та достатні компоненти, які визначають стабільність всієї системи;
- виявити спосіб зв'язків основних елементів та змоделювати структуру системи;
- врахувати відносну самостійність компонентів системи (одиночних виробів, комплектів, ансамблів);
- визначити цілісність стильового вирішення внутрішніх елементів системи;
- виявити творчий метод вирішення всієї системи, який забезпечує найповніше представлення всієї системи “колекція”.

Крім цього, при формуванні концепції колекції модного одягу необхідно подати обґрунтування та детальний опис модного одягу та цільової споживацької аудиторії за такими ознаками:

- асортимент;
- сезонність;
- вікова категорія;
- призначення;
- силует;
- декор та орнамент;
- використання матеріалів;
- застосування аксесуарів.

На цьому етапі розробки концепції необхідно визначити та описати, для якого типу споживача призначена ця колекція; як створюваний в ній художній

образ підкреслює обраний тип особистості. Необхідно описати принципи трансформації цього проектного образу (силуету та образності) для лідерів, радикальних і помірних послідовників та консерваторів у моді.

Крім того, має бути зазначено вікову категорію та спосіб життя потенційних споживачів, з огляду на зв'язок з розроблюваним образом. Тут же треба змоделювати світогляд людей, які б обрали цей художній костюм для постійного використання. Іншими словами, модний одяг, що створюється у колекції, повинен підкреслювати спосіб життя та мислення споживача, і ні в якому разі не створювати ускладнень для світогляду чи звичного способу життя його власників [45, 46].

Виходячи з того, що сучасні колекції модного одягу мають капсульну, блокову, структуру, їх змістовий розвиток має простежуватись від першої капсули до останньої, за всіма аспектами, що досліджуються та використовуються в колекції, незалежно та у взаємодії одне з одним. Крім того, кожний блок має представляти собою завершену тему, з дотриманням всіх принципів композиційного розвитку.

Ця задача дуже складна й багатоплослива, але надзвичайно важлива і актуальна, а тому для її успішного вирішення, необхідно розробити складну систему змінюваності модного вбрання, за аспектами змістового розвитку проектного образу, що представлені у стереотипно логічній послідовності.

Іншими словами, кожна наступна капсула колекції має бути логічним продовженням попередньої, відображати розвиток заданих образних властивостей та логічно сприйматись глядачем без додаткових роз'яснень автора. Словесний опис кожного блока має бути наче продовження розповіді про художній образ попереднього, і, разом з тим, розкривати цей художній образ з якогось нового боку, тобто, щоб без зайвих доповнень було зрозуміло, чому ескізи цих блоків представляють окремі теми, а не є продовженням (чи повторенням) однієї й тої самої.

Крім назви чи девізу, художній образ кожної капсули повинен мати свої послідовно розвинені особливості форми, колориту та декору, що витікають із

загальної концепції колекції та відображуються в ескізах костюма. В дизайні одягу та аксесуарів це називається сценарій колекції костюма, і саме він у загальних рисах описує принципи розвитку повноцінної колекції модного одягу як продукту індустрії моди.

Говорячи про принципи побудови колекції, слід зазначити, що її розвиток можна описати кількома незалежними одне від одного аспектами, які в цілому розкривають єдину багатопланову цілісну концепцію та проектний образ. Цілісність втілюється в кожній частині колекції, виробі таким чином, що частина виявляється особливим елементом цілого (модифікації, образи, види цілого).

Дуже важливо на цьому етапі, зображаючи і передаючи умовний образ, не втратити природність і досконалість проектного оригіналу. Цьому сприятиме і обов'язкове використання при розробці ескізів колекції тільки композиційно-декоративних елементів і прийомів, знайдених і обґрунтованих при зборі базового ілюстративного дослідницького матеріалу.

Необхідно постійно мати на увазі, що модний костюм не завжди вимагає декорування. Декор в композиції костюма є необхідним, тільки якщо його використання доповнює форму, силует, конструкцію, пропорційне членування або внутрішній устрій костюма. Використання декору може бути визнане вдалим, тільки якщо він сприяє створенню цілісного, гармонійного, оригінального костюма, який відповідає вимогам актуальних тенденцій моди і якнайповніше розкриває створюваний художній образ.

Тут також необхідно визначити принципи та шляхи розвитку силуетних форм та кольорової гами, у відповідності до змістового навантаження кожної капсули колекції. В залежності від цього ж змістового навантаження обираються композиційно-декоративні засоби членування форми, структура, способи поєднання елементів, матеріал та фактура. Все це має підкреслювати та підсилювати цілісний проектний образ колекції чи блоку-підтеми, який і впливає на емоційне відчуття глядачів та формує споживацькі переваги зпроектнованого модного одягу.



Асортиментний склад будь-якої колекції костюма, незалежно від її типу чи призначення, повинен мати чітку послідовність розвитку. Якщо це колекція промислова, то принципи послідовної зміни чи будь-які засоби розвитку асортиментного складу можуть стати провідною ідеєю колекції. Якщо ж основна ідея колекції костюма виражена певним проектним образом і розвивається за принципами змістового аспекту цього образу, асортиментний склад колекції костюма повинен “формалізувати” розвиток заявленого художнього образу.

Іншими словами, модна форма одягу, як одна з невід’ємних та первинних складових сучасного костюма як продукта індустрії моди, повинна чітко відображувати художній зміст образу, що розробляється. Тобто, застосування тієї чи іншої асортиментної одиниці має наочно відображувати застосування тієї чи іншої описової властивості модного костюма та відповідати своєму місцю в загальному сценарії колекції.

## **2.2. Розробка концепції створення проектного образу перспективної колекції костюма**

Темою розробки концепції проектного образу може бути будь-який об’єкт, який має художню цінність як історичних, і сучасних подій чи явищ. Рекомендується обирати тему з огляду на те, що при розробці колекції модного костюма необхідна ретельна деталізація концепції та обґрунтована розробка її структури. Концепція колекції модного костюма, в якій відображено творчу розробку актуального одягу, на підставі обраного проектного джерела, особливого масового попиту, має включати такі послідовні етапи:

- вичленування з цілісного образу будь-яких його властивостей;
- об’єднання відокремлених властивостей; посилення чи ослаблення властивостей асоціативного образу;
- перенесення цих властивостей об’єкт проектної діяльності.

Створюючи колекцію на основі першоджерела, необхідно проектувати моделі, в яких відображається сучасність, мода певного періоду. Створення нових цікавих пропозицій - невичерпне джерело, до якого має звертатися

дизайнер, щоб його ідеї та пропозиції не були відірваними від життя, а навпаки, підкреслювали та доповнювали його.

Як і кожен новий проект в дизайн-діяльності, розробка концепції та створення колекції модного одягу мають нести певний експериментальний характер. Це необхідно, насамперед, у контексті повної дії і, навіть, обов'язковості експерименту в самому дизайні костюма.

Важливо те, що дизайнери мають оперувати лише професійним інноваційним матеріалом, який уже пройшов апробацію на практиці дизайну. Це очевидно найбільш логічний та ефективний шлях не лише пропаганди, а й удосконалення окремих мистецьких засобів та методів, які й формують загальний процес розвитку дизайну, зокрема, художнього моделювання костюма.

Розробка концепції колекції модного одягу, як правило, присвячена вивченню засобів прогнозування розвитку форм костюма з урахуванням перспективних тенденцій моди. У процесі розробки теми здійснюється пошуковий аналіз літературних джерел, каталогів, журналів моди, рекомендацій щодо формування перспективного асортименту актуального модного одягу.

До етапів прогнозування форми костюма як продукту індустрії моди включають такі:

- динаміка попиту та формування ринку збуту;
- визначення типів споживачів;
- визначення концепції асортименту;
- визначення концепції науково-технічного розвитку;
- визначення основних художньо-композиційних ознак (стильове визначення, що ведуть силуетні форми, колористика, структура та фактура матеріалів, малюнок на поверхні матеріалу, декоративні елементи).

При розробці концепції колекції можна взяти за основу будь-які ознаки першоджерела, які здаються найбільш значущими та найбільш відповідають вимогам сучасності та споживчого попиту. Однак, які б методи не

використовувалися при створенні модної форми костюма з певним образним звучанням, головним залишається одне – досягти гармонійної цілісності та композиційної ясності кінцевого результату.

Важливим чинником під час створення модного костюма за мотивами розробленої концепції є асоціативні уявлення. Вони дозволяють досягти різноманітності розглянутого проектного образу та посилити новизну творчих рішень. Асоціація ідей – це зв'язок уявлень, завдяки яким одне уявлення, що зароджується у свідомості, викликає інше, пов'язане з першим за критеріями подібності, складності, суміжності, протилежності чи іншими властивостями. Аналіз базового фактичного матеріалу спрямований на те, щоб виявити якомога різноманітніші творчі підходи до стилізації об'єкта та визначення його рис, які доцільно використовувати при розробці колекції модного одягу.

Серед факторів, вплив яких необхідно відзначити під час вивчення теми-першоджерела, необхідно назвати такі: естетичний ідеал епохи, рівень розвитку мистецтва та моди, види техніки виробництва (текстиль, ткацтво, методи виготовлення), тип споживача, вплив релігійних та побутових умов, особливості клімату та ін. Крім цього, якщо є якісь специфічні фактори, що впливають на формування проектного образу, їх також необхідно детально та послідовно описати під час розробки концепції колекції модного костюма.

Розробка концепції для створення колекції модного одягу складається з теоретичної та графічної частин, які досить повно відображають обрану тему та створюваний проектний образ костюма (пояснювальна записка), а також графічні розробки, що відображають модні тенденції сезону та принципи їх адаптації до створюваного проектного образу.

Крім того, у теоретичній частині подається аналітичний огляд сучасних тенденцій у галузі дизайну костюма, які за своїм характером близькі до проектного образу створюваної колекції модного одягу.

При створенні капсул колекції необхідно використовувати головний проектний принцип – об'єднання в одній структурі явищ, які характеризують різні характеристики костюма (пропорції, членування, колорит, декор та ін).

Можна одночасно використовувати і силует, і лінію, і колористичні або фактурні ефекти. Узагальнені форми можуть з'єднуватися з детально проробленими зображеннями. Такі контрастні зіставлення посилюють виразність образів.

Певну силу впливу має також нетрадиційність композиційного рішення: перебільшення дають відчуття гострішого образного впливу. Застосовуючи ритмічне членування елементів композиційної структури (вертикальне, горизонтальне, діагональне або інше), можна досягти виразного впливу цілісної композиції.

На новостворену основу трансформується художній образ першоджерела у вигляді тих чи інших методів адаптації модних тенденцій: силует, багатошаровість, декоративність, поєднання тканин та матеріалів, принципи пропорційності та внутрішнього членування форми, засоби композиції у тому числі.

Головне, щоб доцільність його використання була логічно обґрунтована і застосування цього принципу було відображено наочно, зрозуміло і послідовно.

Для цього необхідно знайти емоційно-виразну форму об'єкта, знайти такі пропорції, контури, ритми, колірні відносини, матеріал, фактуру, орнамент, розташування, які б разом відображали певний емоційний стан і настрій. При цьому характерні мотиви першоджерел повинні швидше сприйматися підсвідомо та емоційно, ніж акцентуватись.

Ескізна пропозиція концепції розрахована на створення взаємопов'язаних капсул модного одягу (колекції) на основі творчої трансформації однієї декількох найбільш образних і характерних властивостей об'єкта-першоджерела, заданої теми або об'єкта дослідження.

Крім того, між усіма ескізами в колекції повинні зберігатися ті самі закономірності логічного та наочного послідовного розвитку проектного образу та форми, що й у межах кожного костюма-образу. Інакше кажучи, кожна з ескізних пропозицій модного костюма має відтворювати різні, але взаємодоповнюючі риси об'єкта під час створення його цілісного образу.

У графічній розробці концепції створення проектного образу модного продукту в індустрії моди необхідно використовувати єдину основу, в яку вкладають узагальнену структуру модного костюма, загальну всім наступних форм, пов'язаних між собою образною пластичною ідеєю.

На кожному етапі розвитку концепції та сама базова форма і той самий образ може бути представлений декількома варіантами, що відрізняються за обсягом і членуванням, або по всіх композиційних лініях. Цей фактор потрібно мати на увазі під час створення капсульної структури колекції модного одягу. Зміна обсягів та силуетних форм сприяє різноманітності стильових рішень у процесі проектування костюма.

Відповідно, при розробці концепції створення проектного образу потрібно виявити принципи взаємозв'язку характеристик модного костюма, основи змінності та розвитку форми: від малої до великої, від темної до світлої, від цільної лаконічної щільно членованої; від форми, композиційно розташованої зверху – до форми внизу композиції та ін.

### **2.3. Тип потенційного споживача або цільової аудиторії колекції костюма**

Цільовою аудиторією представленої колекції є заможні, культурно освідченні жінки з щоденною потребою у бездоганному та презентабельному вигляді. Їх одяг повинен в першу чергу бути красивим і тільки після цього комфортним. Бо в даному випадку жінка вимагає транслювання свого високого статусу і є представником своєї професійної діяльності.

Таким чином, потенційний споживач колекції – жінка середнього віку (30-40 років). Вона має свій бізнес: арт-галерея. Це основний пріоритет її життя, більшість часу вона присвячує саме власній справі. Кожен день вона проводить у власній галереї, організує та реалізує мистецькі виставки, відвідує ділові обіди, зустрічається з партнерами, бере участь у благодійних вечорах тощо.

Їй необхідно завжди виглядати бездоганно і мати багатофункціональний одяг, бо вона ніколи не знає, що саме буде її чекати за день. Вдома вона проводить

небагато часу, але полюбляє там приймати гостей та іноді проводити ділові вечери. Всі її захоплення пов'язанні з сучасним мистецтвом та дизайн-діяльністю: відвідування театру, опери, балету, різноманітних виставок, fashion-показів, різноманітних вечірок і так далі.

Тому її зовнішній вигляд також мусить відображувати її творчу і яскраву особистість, яка слідкує за модою у полюбляє бути у центрі уваги.

## **2.4. Формування концепції колекції костюма з інтерпретацією образно-проектних рішень сучасної моди**

У розробці концепції принципи проектного розвитку образу засновані на взаємодії таких аспектів:

- призначення колекції;
- видозміна пропорційності та членування;
- видозміна колориту;
- видозміна характеру декору.

### **2.4.1. Призначення колекції**

Призначення першого блоку колекції – повсякденно-ділове. Оскільки все життя потенційного споживача вибудовується навколо її власної творчої діяльності, тому й діловий одяг має святково-художній вигляд. Одяг повинен бути презентабельним і креативним, тим самим відображаючи успішність її як власниці арт-галереї. В цьому вбранні вона займається своїм бізнесом, зустрічає клієнтів галереї, відвідує ділові зустрічі – проводить більшість свого часу. Тож це є найбільшим по обсягу блоком, має варіанти на будь-який випадок у повсякденному житті (рис. 2.1).

Призначення другого блоку – презентаційна діяльність. Одяг цього блоку розроблений для відвідування виставок, галерей, зйомок на телебаченні, благодійних заходів, концертів тощо. Цей одяг призначений переважно для

другої половини дня, тому передбачає в основі нарядний одяг: вишукані тканини, велика кількість доповнюючих декоративних елементів, різноманіття екстравагантних форм в тому числі (рис. 2.2).



Рис. 2.1. Блок колекції повсякденно-ділового призначення



Рис. 2.2. Блок колекції презентаційного призначення

Третій блок колекції – виключно нарядного призначення, спеціально для запланованих і важливих подій: відкриття вистав, благодійних вечорів,

концертів класичної музики, театру, опери і так далі. Головною ознакою є вишуканість та елегантність силуетів, багатошаровість нарядів та велика кількість декоративних елементів (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Блок колекції нарядного призначення

Призначення четвертого блоку колекції – відпочинок. Це комфортний одяг для дому, прийому близького кола друзів, проведення вільного часу: відвідування салонів краси, спа, масажу та інших закладів для догляду за собою. На відміну від іншої частини колекції у даному блоці пріоритетом є комфорт, тож порівняно з іншими моделями силуети більш свободні та не мають такої великої кількості декору та багатошаровості





Рис. 2.4. Блок колекції одягу для відпочинку

#### 2.4.2. Видозміна силуетних форм та пропорцій костюма в колекції

В першому блоці колекції використано як основу формоутворення багатошаровий одяг, оскільки комплекти та ансамблі засновані на принципі всебічного комбінування предметів одягу для створення максимально неповторних, творчо довершених варіантів іміджу споживача. Саме комплект є найбільш адаптивним та функціональним варіантом створення костюма повсякденно-ділового та презентаційного призначення, тим самим задовольняючи усі потреби повсякденного життя.

В другому блоці та третьому блоках костюми представлені переважно одиничними виробами або ансамблями. Такий образ не передбачає багатошаровості, окрім декоративних прикрашаючого оздоблення яке проявляється в оборках та застосуванні інших об'ємних елементів.

У четвертому блоці силует більш свободний, має вільний крій. Оскільки цей одяг більш для комфорту, то він немає такої великої кількості оздоблень та скульптурної вишуканості форм – все лаконічно та просто. Одяг не обмежує в рухах та дозволяє проводити своє дозвілля у будь-якому варіанті.

### **2.4.3. Основні риси колориту та декору колекції**

Колекція виповнена переважно у спокійних та тендітних тонах. Палітра пастелі є дуже вишуканою та елегантною, тому ідеально підходить для відображення проектного образу споживача. Основою колекції є ніжно-блакитний колір. Він є доречним як у повсякденному житті, так і для проведення вечірніх заходів. Доповнюючими кольорами є: бузковий, лавандовий, пастельно-рожевий, блідий жовтий та салатовий. Кольорова гамма є актуальною для сезону весна-літо і відображає всю красу даної пори року.

Основою декору є різноманіття рюшів, оборок, воланів. Оздоблення присутнє як на верхній частині одягу: горловини, рукави, поясні елементи; так і в нижній: оздоблення спідниць, брюк. Головним призначенням такого декорування є багат шаровість та утворення неординарної трансформативної форми та демонстрування легкості зовнішнього вигляду. Завдяки ньому транслюється творча, вишукана особистість потенційного споживача та створюється дуже жіночий та елегантний образ, що є дуже важливим для власниці арт-галереї.

### **2.5. Обґрунтування вибору моделей для реалізації в матеріалі**

Основою багат шаровості представлених моделей є різноманіття об'ємних вилів декору – рюші, волани та оборки. Для реалізації в матеріалі обрано три моделі з другого блоку презентаційного призначення, з огляду на те що саме цей блок є найбільш функціональним (рис. 2.5). Наряди з цього блоку, як було зазначено вище є доречними як у повсякденному житті, так і для відвідування вечірніх заходів. Свобода крою дозволяє реалізовувати повсякденні запити, а велика кількість декоративного оздоблення у вигляді рюшів та оборок – додає ошатного вигляду.



Рис. 2.5. Моделі колекції, презентовані для реалізації в матеріалі

Усі моделі об'єднує асиметричність форм.

У першій моделі – спідниця має різну довжину з переду та по спинці.

У другій – верхній волан спущений на одне плече, а оборки на спідниці мають різне нашарування з лівої та правої сторони.

Третя модель має декоративний об'ємний рукав з правої сторони та волани на штанах довжини міді, видовжені до внутрішнього боку.

Кольорову гаму поєднують пастельні відтінки синього та фіолетового кольорів. Акцентним кольором у цьому модельному ряді є помаранчевий, що присутній лише на другій сукні.

## **Висновки**

Загальновідомо, що проблема дослідження питань історії, теорії та практики художнього моделювання костюма як виду дизайну є актуальною при визначенні сучасних тенденцій формування актуальних проектних образів в індустрії моди. Висновок про те, що дизайн – це мистецтво, став переконливим ще в першій половині ХХ століття, коли провідні європейські митці представили на розсуд вибагливої публіки функціональні об'єкти, позначені насамперед художньо-естетичною думкою. Таким чином, шляхом критичного аналізу та порівняння з раніше проведеними проектними розробками чи науково-проектними дослідженнями, а також на основі вивчення методів творчої роботи дизайнера у сфері індустрії моди та художнього проектування костюма в роботі сформульовано принципи реалізації базових тенденцій формування сучасних художніх образів в костюмі.

В роботі визначено базові тенденції формування сучасних проектних образів в модному костюмі; сформульовано принципи проведення аналізу модних трендів сезону проектування. Автором обґрунтовано критерії вибору та вивчення творчого першоджерела для трансформації в модний проектний образ. Також охарактеризовано принципи адаптації творчого першоджерела до актуальних модних трендів сезону проектування, а також визначено критерії розробки концепцій проектування костюмних рядів та колекцій сучасного одягу.

Одним з обов'язкових та важливих етапів проектування актуальної колекції модного костюма в умовах функціонування моди є аналіз перспективних модних тенденцій для адаптації вимог споживацького попиту на даний продукт індустрії моди. Окрему увагу в роботі приділено тенденціям створення цілісного образу та його складових частин. А саме – формі та її видозмінам, колориту та його варіантам, внутрішньому членуванню форми, в залежності від радикальності чи класичності образу, характерним доповненням та аксесуарам, які підкреслюють загальний цілісний образ. В кінці аналізу обґрунтовано та охарактеризовано принципи використання зібраних матеріалів у розробці колекції модного костюма.

## РОЗДІЛ 3

### РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ

#### Вступ

Індустрія моди, як підгалузь легкої промисловості на сьогоднішній день обігнала по своїх об'ємах виробництва і кількості зайнятих в ній людей багато традиційних підгалузей легкої промисловості. Сьогодні на світовому ринку багато в чому по її успіхах судять про розвиток і стан справ у всій легкій промисловості країни. Індустрія моди являє собою сукупність творчої, економічної та управлінської діяльності, що представляє собою процес, мета якого дизайн, виробництво, маркетинг і продаж fashion-продукту.

Спостереження за тенденціями розвитку української індустрії моди та дослідження стану легкої промисловості України свідчать, що на даному етапі індустрії моди потрібні принципово нові методи роботи та напрямки розвитку.

Світові лідери fashion-ритейлу вважають ринок України стратегічно важливим і бачать великий потенціал у розвитку роздрібної торгівлі в нашій країні, готові розвивати як власні мережі (сегменти mass-market і luxury), так і відкривати магазини за системою франчайзингу, не дивлячись на складнощі у законодавчій базі і загальної економічної ситуації, - коли електрика коштує дорожче, ніж праця; немає сучасного обладнання, немає доступної і розвиненої інфраструктури. За ринкових умов мода перестає бути лише мистецтвом. Вона вже посідає щільне місце поміж основних видів бізнесу.

#### **3.1. Характеристика асортименту і вибір моделі**

До початку нового тисячоліття мода трансформує старі стилі, намагаючись зберегти все краще і оригінальне. Стиль романтизм, що панував в останні роки на подіумах і в житті, оновлюється, трансформуючись то в більш декоративні напрямки то в більш мінімалістичні.

### **3.1.1. Аналіз сучасного напрямку моди та загальна характеристика асортиментного виду виробів**

Одним з головних трендів наступного сезону є небувала популярність суконь. Проаналізувавши роботи ready to wear SS-2022 у виконанні провідних дизайнерів можна виділити головні тенденції сукні.

Ретро-силует в новому сезоні буде відданий елементами стилю 80-х років минулого століття. Balenciaga, Maxime Simoëns і Etro представили у своїх колекціях ретро-сукні які ідеально підходять для спекотного літа. Актуальними будуть також прямий і трапецієподібний силуети, застібки до талії, занижена пройма. Остаються актуальними сукні оверсайз.

Що стосується довжини, головним хітом, безсумнівно, є максі-сукні. Їх можна було побачити на показах Vera Wang, Emilio Pucci, Missoni, Valentino, Alberta Ferretti, Altuzarra, Alexis Mabille, Paul and Joe, Richard Nicoll, Sophie Theallet. Крупна або дрібна фактура, будь-які візерунки силуети також є актуальними. На піку моди знову опинилася геометрія.

Плаття весняно-літніх колекцій 2022 прикрашені смужками, кліткою, зигзагоподібними візерунками, трикутниками, ромбами, горохом - будь-які геометричні фігури будуть виглядати виразно. Ralph Lauren, Dolce and Gabbana, No 21, Victoria Beckham, Lacoste, Michael Kors, Suno, Saloni, Peter Som - всі вони використовували в своїх нових роботах подібні мотиви.

Важливою тенденцією сезону Spring / Summer-2022 - вільний силует і асиметричний крій. Плаття-мішок з тонкої тканини виглядає витончено, а більш щільні матеріали створюють фантастичний силует, що нагадують одяг фільмів про майбутнє. Просторі сукні можна було побачити, приміром на показах The Row, ADEAM, A Détacher, Antonio Marras, Yeohlee, 6397, Zero + Maria Cornejo, Tibi, Christian Dior, Lanvin, Dries Van Noten і Angelos Bratis.

Асиметрія теж не здає позицій. Дизайнери використали цей прийом при пошитті вечірніх та коктейльних суконь, нарядів для офісу і повсякденних сарафанів. Принцип простий: чим більш оригінальне тим запам'ятовується плаття краще. Асиметричні сукні можна знайти в колекціях Fendi, Marni, Richard

Nicoll, Andrew Gn, Rodarte, Antonio Marras, Zero + Maria Cornejo, Alexis Mabille, Stella McCartney без. Асиметричним може бути край подолу, рукава або горловина. Цікаво виглядають і моделі на одне плече або ж з одним рукавом. Одна з найцікавіших знахідок прийдешнього сезону - перфоровані тканини. Плаття з перфорованої тканини продемонстрували на своїх показах Valentino, Paul and Joe, Marco de Vincenzo, ADEAM.

Використовуються жакардові натуральні тканини з невеликим додаванням штучних або синтетичних волокон для облегшення уходу за виробом, популярні ефекти м'якості і жатості. У мереживні тканини, розшиті пір'ям, вишивка привносить ефект романтичності. Всі тканини стали легше, тонше і м'якше.

Основний силует – легке прилягання або силует трапецієподібний, як у попередні роки, що надає свободи рухам та відчуття легкості і воздушності, також використовують прямий і напівприлеглий.

### **3.1.2. Художньо-технічне оформлення та опис зовнішнього вигляду моделі**

Запропонована модель для виконання в матеріалі – сукня у романтичному стилі, що відповідає сучасним напрямкам моди сезону весна-літо 2022. Опис зовнішнього вигляду сукні з характеристикою конструкції виробу в цілому й окремих частин надається для подальшої розробки конструкторсько-технічної документації.

Таблиця 3.1

Формування вихідних даних для одержання конструкції.

№	Найменування ознаки	Варіант ознаки
1	Асортименти (вид виробу)	Сукня
2	Поло-вікова ознака	Жіноча, молодіж. група
3	Силует	трапеція
4	Покрій	З втаєним рукавом
5	Розмірно-полнотна ознака	162-60-90
6	Прибавка Пг	5,5 см
7	Матеріал	Натуральні тканини



Рис. 3.1. Ескіз виробу



Рис. 3.2. Технічний рисунок виробу

Сукня з натуральної тканини, трапецієподібного силуету для жіночої молодіжної вікової групи. Модель виконана в романтичному стилі і призначена для святкових подій. Пілочка і спинка без виточок мають форму трапеції. Пілочка має кокетку трикутної форми, гострий кут якої доходить до лінії грудей, по лінії кокетки пришита оборка.

Лінія горловини оформлена коміром стійкою. Спинка зі швом, що ділить спинку навпіл. З втаєним одношовним рукавом, низ рукава оформлень двома оборками різної ширини.

Довжина сукні до колін. Низ сукні має асиметричний край, який оформлений оборкою різною ширини. Лінія приточування оборки діагональна. Застібка на блискавку в задньому шві спинки.

### 3.1.3. Характеристика конструкції моделі

У процесі виготовлення моделі одну з головних ролей виконує розробка конструкції виробу. Конструювання одягу – складний процес, для якого необхідна велика практика у поєднанні теорії з практикою.



### **3.1.3.1. Обґрунтування вибору методу одержання конструкції виробу**

Німецька методика конструювання «М. Мюллер і син », була заснована в 1891 році і дуже популярна сьогодні. В даний час в ній використовуються останні масові антропометричні дослідження 1994 року, проведені Німецьким об'єднанням промисловості жіночого верхнього одягу; постійно оновлюються таблиці збільшень і базові основи з урахуванням змін фігури сучасної людини і модною форми (останні розробки нових базових основ зроблені в 2006 році); розробляються оригінальні конструкторські прийоми для проектування виробів з тканин з новими властивостями, а також для проектування нових модних форм одягу. Методика однаково добре зарекомендувала себе як у промисловому виробництві (її використовують у своїй роботі такі відомі фірми, як Escada, Stailmann, Hugo Boss), так і в індивідуальному пошитті.

Особливістю даної методики є використання невеликої кількості розмірних ознак при побудові базової конструкції, а допоміжні ознаки розраховуються за формулами і залежать від основних. Це дозволяє знизити витрати часу на зняття мірок, що дає можливість прискорити розробку базової конструкції.

Для отримання базової конструкції моделі було обрано метод Мюллера для побудови основи жіночої сукні прямого силуету. Було обрано великі прибавки для конструювання базової основи виробу, щоб досягти максимального комфорту під час пересування.

### **3.1.3.2. Обґрунтування вибору методу моделювання первинної форми**

Моделювання, що є найважливішою ланкою в художньому проектуванні швейних виробів, займається створенням різноманітних форм одягу, а також передбачених моделлю конструктивних ліній, деталей, елементів.

Моделювання деталей крою сукні було виконано на базовій конструкції першого та другого виду. Моделювання першого виду включає в себе: сплюснення нагрудної виточки, закриття талієвих та бокових виточок на спинці та пілочці; моделювання кокетки пілочки. Моделювання другого виду: виконано

променевого розширення до форми трапеції пілочки та спинки. Виконано нанесення діагональної лінії низу сукні.

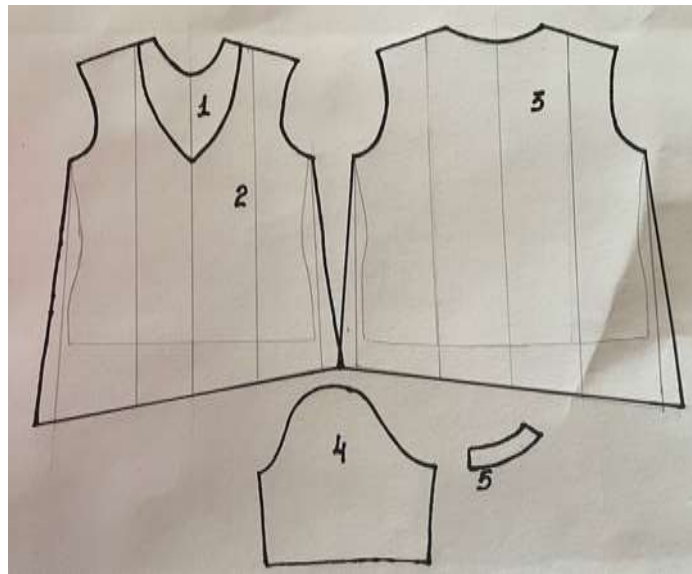


Рис. 3.3. Схема моделювання в масштабі та готові деталі виробу після моделювання

### 3.1.3.3. Специфікація деталей

Специфікація деталей виробу необхідно для подальшого виконання виробу в матеріалі та для формування комплекту лекал. У ній перераховані найменування всіх лекал, що входять у комплект, й число деталей крою.

Таблиця 3.2

#### Специфікація деталей крою

№	Назва деталі	Кількість	
		Лекал	Деталей
1.	Кокетка пілочки	1	1
2.	Пілочка	1	1
3.	Спинка	1	2
4.	Рукав	1	2
5.	Комір стійка	1	2
6.	Волян котенки	1	1
7.	Верхній волян рукава	1	2
8.	Нижній волян рукава	1	2
9.	Нижній волян сукні	1	2

На основі конструювання, моделювання та специфікації деталей сукні були виконані лекала, які використані для розкрою виробу з подальшим його пошиттям.

### 3.1.3.4. Розкладка лекал деталей виробу в масштабі 1:10

Виконання розкладки необхідно для розрахунку кількості потрібної тканини та зменшення випадів в процесі розкрою деталей виробу. Розкладки лекал виконують в один або кілька комплектів.

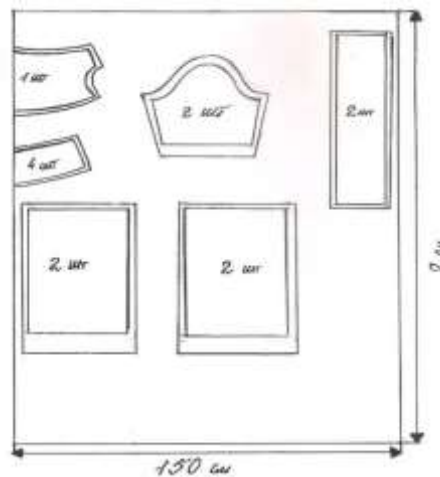


Рис.3.4. Розкладка лекал на тканині

## 3.2. Вибір матеріалів

Моду майбутнього стануть диктувати виробники високотехнологічних тканин нового покоління. Новатори стверджують, що в XXI столітті швейна машинка стане раритетом: тканини будуть спаюватися, склеюватися і зварюватися.

В асортимент матеріалів постійно додаються нові розробки матеріалів, в яких тепло взимку і, прохолодно влітку, мембранні тканини (в них легко дихає шкіра), антибактеріальні, лікувальні і навіть антистресові тканини.

В сучасних тканинах перевага віддається натуральним волокнам : льону, бавовні , шовку, вовни , а також змішаних тканин. Сучасна мода використовує

екологічні тканини, в яких на перший план виходить екотехнології. Сумішеві тканини відповідають всім цим вимогам.

### 3.2.1. Характеристика матеріалів верху, підкладки та прикладу

Вибір матеріалів буде правильним і обґрунтованим, якщо основна тканина буде відповідати призначенню виробу, а інші складові матеріали за своїми властивостями відповідати властивостям основного матеріалу. Вимоги до матеріалів можна розділити на вимоги: до зносостійкості, естетичні, гігієнічні, конструктивно-технологічні, економічні.

Естетичні вимоги до проектованої сукні включає в себе вимоги до кольору: він повинен бути однотонним, матовим з дрібним, неяскраво вираженим малюнком, що додасть моделі класичний вигляд і зробить акцент на волани. Матеріали повинні поєднуватися поміж собою, бути м'якими, але добре тримати форму.

Гігієнічні вимоги до матеріалів проектованої моделі: висока повітропроникність і паропроникність, низька пилепроникність і електризація.

Вимоги до зносостійкості і довговічності матеріалів: матеріал повинен бути стійкий до стирання, світлопогоді, багаторазовому розтягуванню, хімічного чищення. Всі ці якості збережуть необхідну форму і зовнішній вигляд виробу. Економічні вимоги. Матеріали повинні бути економічними, якісними, створити вигляд вишуканості.

Таблиця 3.3

#### Структурні параметри текстильних матеріалів

№ п/п	Призначення	Оформлення поверхні	Переплетення ниток	Волокнистий склад, %	Ширина, см
1.	Натуральна тканина зі штучними волокнами	Гладка, матова	Переплетіння основи саржеве	60% бавовна 40% штучні волокна	150






### 3.2.2. Символи та вимоги догляду за одягом

Для кожного виробу відповідно до тканини, яку використали в процесі виробництва виробу, формують символи та вимоги догляду за одягом. Ці вимоги допомагають зберігати виріб в гарному стані, що сприяє довшій експлуатації. Символи були підібрані згідно з прийнятим ГОСТ 16958-71, но знаків обирають не більше 30.

Етикетка повинна містити такі відомості: волокнистий склад тканини верху та підкладки швейного виробу; можливість прання виробу; можливість вибілювання виробу; можливості прасування и пресування під дією тепла, спосіб відновлення форми та зовнішнього вигляду виробу за допомогою відповідного приладу, сушіння після прання в апараті або іншим відповідним способом.

Таблиця 3.4

Символи та вимоги догляду за одягом

Символи по догляду	Значення символів
	Ручне прання при температурі води до 40 °С. Віджимати акуратно, без перекручування.
	Відбілювання заборонено.
	Прасування при температурі подошви праски до 40 °С — відповідає символу у вигляді двох крапок на терморегул. праски.
	Барабанна сушка заборонена.
	Під час сушіння виріб повинен підвішуватись.

### 3.2.3. Характеристика ниток і фурнітури

Приводиться можливий склад і основні вимоги до ниток і фурнітури, призначення можливих оздоблювальних матеріалів в табличній формі (табл.3.5.), чи у формі опису. При обробці та зшиванні деталей сукні використана універсальна нитка AMANN GROUP METTLER, SERALON, 200 м. Нитки Amann - це високоякісна продукція зі світовим ім'ям. Велика колірна гамма і значна кількість відтінків. Сукня має застібку – блискавку. Застібка-блискавка - популярний спосіб швидкого з'єднання деталей одягу.

Таблиця 3.5

## Характеристика ниток і фурнітури





Назва	Призначення	Характеристика
Швейні нитки Аманн, №70, колір-в тон виробу	Для зшивання та обметування деталей виробу	Комплексні синтетичні нитки, мають високу міцність, розтяжність, (подовження), стійкі до зтирання, дії хімікатів
Блискавка- застібка потайна	Для застібування сукні	Нероз'ємна, довжиною 18,0 см,

## 3.2.4. Складання конфекційної карти

Конфекційна карта виробу представлена в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

## Конфекційна карта сукні жіночої

Замальовка деталі	Основні матеріали		Прикладні матеріали		Фурнітура	
	Зразки матер	Назва, артикул	Зразки матер	Назва, артику л	Зразки матер	Назва, артикул
1	2	3	6	7	8	9
		Натуральна тканина слонової кістки4554 8		Нитки слонової кістки 2478		застібка блискавка 18 см.

### 3.3. Вибір раціональної технологічної обробки

Технологічний процес виготовлення швейних виробів є обробка і складання деталей і вузлів в певній послідовності. Розробка раціонального технологічної послідовності виготовлення та вибір сучасного обладнання для моделі, що розробляється виконується на основі: аналізу методів обробки та аналізу необхідного обладнання та його технічного рівня;

#### 3.3.1. Вибір режимів обробки

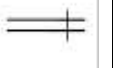
Вибір раціональної технології обробки швейного виробу є надзвичайно важливою стадією технологічного процесу створення моделі. З урахуванням властивостей основних і прикладних матеріалів визначені конструкції швів, установлені параметри ниткових, клейових, зварних з'єднань і волого-теплової обробки. Конструкція ниткових швів забезпечує необхідну міцність скріплення деталей і можливість використання в технологічному процесі прогресивних методів обробки. Дані про технологічні режими приводяться у формі таблиць.




##### 3.3.1.1. Режим виконання ниткових з'єднань

З урахуванням жіночої сукні і властивостей тканин рекомендується режим ниткових з'єднань, наведений у табл.3.6.

Таблиця 3.6.

Режим виконання ниткових з'єднань

Назва шва або операції	Місце використання	Найменування строчки	Код Строчки	Рекомендовані режими обробки			Код шва	Умовне зображення шва
				Тип та № голки	Номер нитки	Кількість стібків у 1 см		
Зшивання	Бокові, середні шви спинки, горловина, шви рукавів	Зшивний шов	301	80 (12) Schmetz	120	3	1.01.01	

Обшивання	Обробка горловини	Обкантирувальний із закритими зрізами	301	80 (12) Schemetz	120	3	3.05.01	
Оздоблення	кокетка, по середині шви на спинці	Оздоблювальна строчка	301	80 (12) Schemetz	120	3	5.01.01	
Обшивання	Горловина	Зшивний із закритими зрізами	301	80 (12) Schemetz	120	3	2.05.01	
Обметування	Обробка припусків швів	Чотирьохнит оверлочний укріплювальний шов	45	120	70	4		

### 3.3.1.2. Режими волого-теплової обробки

Для запропонованих матеріалів було використано відповідний раціональний режим волого-теплової обробки. Волого-теплова обробка дозволяє отримати такі ефекти, які недосяжні іншими відомими способами, і є логічним завершенням конструкторських і технологічних рішень, які проектуються при підготовці виробництва нових моделей одягу.

Таблиця 3.7

#### Режими виконання операцій ВТО

Технологічна операція	Місце використання	Обладнання	Температурний режим	
			Вологість, %	Температура, С°
Розпрасовування	Бічні шви спинки і пілчок, бокові шви рукавів,	Прасувальний стіл з підігрівом та витяжкою, праска	20-30	140
Припрасовування	Середні шви пілчок, спинки, шов кокеток (нижньої та верхньої)		20-30	140
Відпрасування	Готовий виріб	Вертикальний відпарювач для одягу Polaris PGS 1415C Pearly / Violet	37	20-30



### 3.3.1.3. Обґрунтування та вибір обладнання

Велика розмаїтість швейного обладнання викликана відмінностями виготовлених виробів за асортиментом, безліччю операцій, що застосовуються при виготовленні виробів, а також тим, що кожна модель обладнання має своє призначення і оптимальний варіант використання. Швейні машини призначені для виконання певних видів і параметрів операцій на відповідних матеріалах (трикотажні, кушнірські, для шкіри і ін.). В залежності від вибору матеріалу використовується метод обробки швейного виробу, що підходить обраному матеріалу.

Обираючи раціональний метод обробки швейного виробу дані передових швейних підприємств. Технічні характеристики швейного обладнання наведені в табл. 3.8.

Таблиця 3.8

#### Технічна характеристика швейних машин загального та спеціального призначення

Клас, країна виробник, марка	Технологічне призначення	Максимальна швидкість шиття (об./хв.)	Тип стібка	Максимальна довжина стібка, мм
423 S «Janome», Тайвань	З'єднання деталей, прокладання оздоблювальних строчок	5000	Двонитковий однолінійний горизонтальний човник, 301	0,4
оверлок Singer 14T968DC Тайвань	Обметування	1500	4-нитковий розтяжний укріплювальний шов	5,0

Таблиця 3.9

#### Технічна характеристика обладнання для ВТО

Клас, країна виробник, марка	Технологічне призначення
Прасувальний стіл з витяжкою та праскою ST 1700 ELI TE 7014 фірма «PRIMYLA»	Стабілізація плечових зрізів, підгинів низу пілочок, спинки, деталей рукавів.
Вертикальний відпарювач для одягу Polaris PGS 1415C Pearly / Violet	Відпарювання одягу паром, кінцеве ВТО

### 3.3.2. Складання технологічної послідовності обробки швейного виробу

При масовому виробництві швейних виробів вирішальна роль належить технологічному процесу, який являє собою економічно і технічно доцільну сукупність технологічних операцій з обробки та збирання деталей і вузлів швейних виробів.

Великі можливості підвищення продуктивності праці має складання технологічної послідовності обробки швейного виробу. Технологічна послідовність стала вельми поширеною малоопераційною, що дозволяє за прохід виконувати кілька неподільних збірно-з'єднальних операцій чи здійснювати монтаж вузлів. Технологічна послідовність представлена окремо по секціям в схемою монтажного процесу виробу.

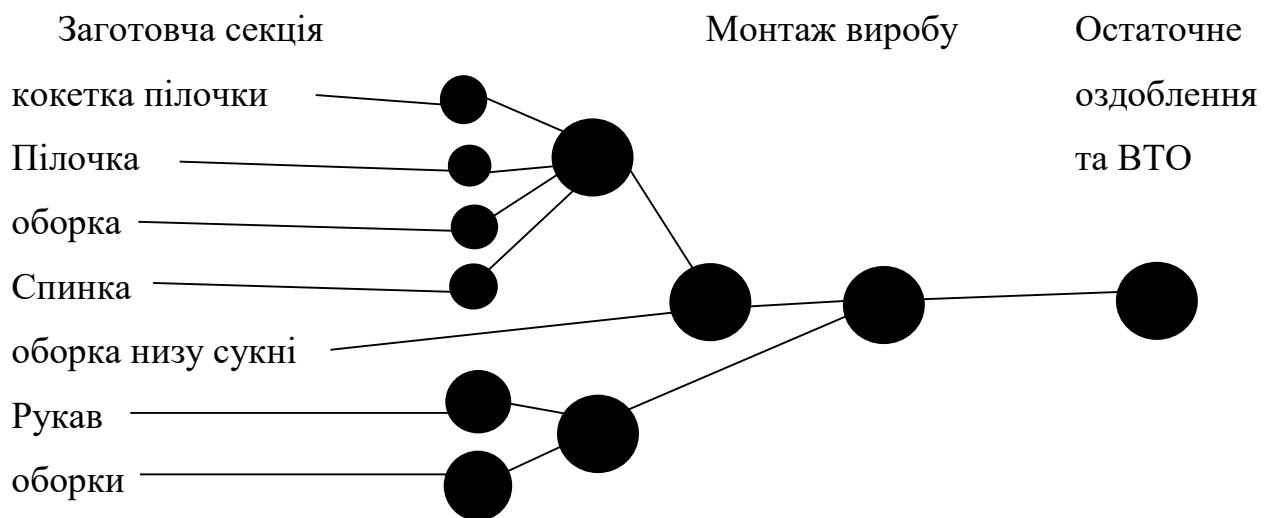


Рис.3.5. Схема технологічного процесу виготовлення сукні жіночої

Технологічна послідовність показана графічно у вигляді схеми технологічного процесу та технологічного малюнку швейного виробу з урахуванням перерізів вузлів (рис. 3.6).

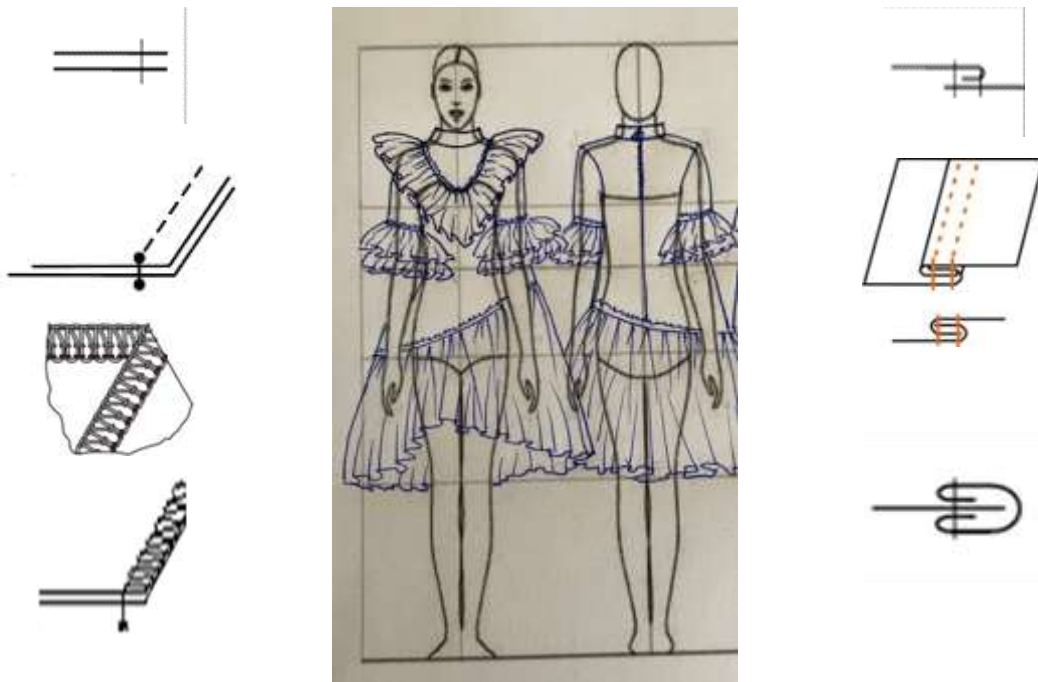


Рис. 3.6. Технічний малюнок швейного виробу з усіма необхідними перерізами вузлів

### Висновки

При масовому виробництві швейних виробів вирішальна роль належить технологічному процесу, який являє собою економічно і технічно доцільну сукупність технологічних операцій з обробки та збирання деталей і вузлів швейних виробів.

В результаті проведеної роботи була дана характеристика сучасному стану індустрії моди в Україні, та визначена роль дизайнера в процесі виготовлення швейних виробів.

Вході роботи було визначено художньо технічне оформлення виробу. Вказано конструктивні характеристики зовнішнього вигляду конструкції. Описано моделювання деталей крою та систематизацію лекал виробу. Обрано режим використання ниткових з'єднань та режим волого-теплової обробки. Обґрунтовано вибір використаного обладнання та описано технічні характеристики. Детально описано технологію обробки швейного виробу.

Підсумком проведеної роботи є розробка проектно-конструкторської документації на модель жіноча сукня для індивідуального пошиття.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Науково-технічна революція створила передумови зростання культури і освіти, усвідомлення необхідності в творчому підході до будь-якого виду своєї діяльності. Росло відчуття цінності свого "я", своїй неповторності і бажання скинути тиск різних стандартів на своє життя і мислення, які були породженням індустріального суспільства.

Стандарт і мода - поняття в чомусь близькі і такі, що перетинаються, але не ідентичні. Виникненню стандартів в одязі сприяє ряд причин, серед них:

- обмеженість модних форм на певний період;
- промисловість (що природно) ґрунтується на цій обмеженій кількості форм, і, крім того, вона не має в розпорядженні великої різноманітності матеріалів;
- відбувається надмірно велике тиражування моделей, що випускаються.

Помічено, що при тиражуванні найбільш помітних, ефектних моделей феномен стандартизації виникає швидше, ніж при тиражуванні моделей класичного характеру. Моделі, ґрунтовані на природних пропорціях фігури, за умови їх високого естетичного рівня довше за інших не здаються вульгарним стандартом, не викликають негативних оцінок і здатні вийти за часові рамки моди (наприклад, костюми Шанель). Розвиток європейської моди в 1970-і рр. нагадував перегони, в яких представники авангарду постійно намагалися відірватися від рівніше і традиційно працюючих фірм, пропонуючи дуже сміливі форми і пропорції, що перетворювали природну статуру фігури, і декларували несподівані круті повороти моди. Багато їх пропозицій залишалися у стадії експериментів. Метри "високої моди" були вимушені включатися в цей гарячковий темп. Висунувши чергову сенсаційну новинку, мода не встигала затвердитися в ній, розвинути її, довести до реального життя. Замість цього авангардисти вже прагнули запропонувати наступну, захоплюючу уяву новинку, випереджаючи конкурентів.

Цей темп призводив до такої частій змінюваності форм, що мода стала повторювати себе все з меншими інтервалами. Спіраль розвитку моди ставала

все крутіше, а її витки зближувалися між собою і, нарешті, зійшлися в одному тимчасовому відрізку. Раніше різночасно існуючі і послідовно змінюючі одна одну форми і образи (що як доповнювали, так і спростовували один одного) стали існувати одночасно. Мода вимушено прийшла до "плюралізму" (термін, запозичений нею з політичного лексикону тих років) - до допущення співіснування різнорідних форм і стилів і навіть до змішення останніх, тобто до еkleктики і кітчу.

В результаті виявлення індивіда, особи і викликане цим нове "соціальне замовлення", з одного боку, і нові можливості виробництва одягу, з іншого, стали стимулом, що спонукав моду до відмови від її колишніх догматичних принципів, від методу тотального "підрівнювання".

### Список використаних джерел

1. Акилова З. Т., Петушкова Г. И., Пацявичюте А. А. Моделирование одежды на основе принципа трансформации : новые приемы разработки новых форм одежды. Москва : Легпромбытиздат, 1993. 196 с.
2. Аксенова М., Евсеева Т., Чернова А. Мода и стиль : современная энциклопедия. Москва : Аванта+, 2007. 480 с.
3. Андреева Р. П. Энциклопедия моды. СПб. : Литера, 1997. 416 с.
4. Андросова Э. М. Основы художественного проектирования костюма. Челябинск : Издательский дом «Медиа-Принт», 2004. 184 с.
5. Аршавская В. Т., Щербакова Н. В. Мода, вкус, красота. Москва : Академия моды, 1996. 222 с. : ил.
6. Балдано И. Ц. Мода XX века : энциклопедия. М. : ОЛМА-пресс, 2002. 399 с.: ил.
7. Бердник Т. О., Неклюдова Т. П. Дизайн костюма. Ростов на Дону : Феникс, 2000. 448 с.
8. Блэкмен К. 100 лет моды. Москва : КоЛибри, 2013. 400 с. : ил.
9. Бодо Ф. Шик и шарм / пер. с фр. Е. Д. Богатиренко. Москва : Слово / Slovo, 2006. 400 с. : илл.
10. Будяк В. Кітч – висока мода чи мода середнього класу? *Масова культура у сучасному художньо-комунікаційному просторі* : матеріали III Міжнародної науково-практичної конф. Херсон : ФОП Грінь Д.С., 2017. С. 105–107.
11. Бусыгина О. М., Зайцева Т. А. Проектирование костюма. Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2008. 138 с.
12. Гардабхадзе І. А. Дизайн-проекування. Сучасний одяг : науковий підхід до вирішення проблем дизайну : навч. посібник. Київ : Видавництво «Издательский дом Винниченко», 2013. – 276с.
13. Гейл К., Каур Я. Мода и текстиль : рождение новых тенденций. Минск : Гревцов Паблшер, 2009. 240 с.
14. Горбачева Л. Костюм XX века : от Поля Пуаре до Эммануэля Унгаро. Москва. : Глагол, 2008. 560 с.
15. Дихнич Л. П., Костюченко О.В. Проектна діяльність в індустрії моди :

- організаційні та психологічні аспекти : навч. посібник. Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. 316 с.
16. Дудникова Г. П. История костюма. Ростов на Дону : Феникс, 2001. 416 с.
  17. Ермилова В. В., Ермилова Д. Ю., Ляхова Н. Б., Попов С. А. Композиция костюма. Москва : Юрайт, 2019. 449 с.
  18. Ермилова В. В., Ермилова Д. Ю. Моделирование и художественное оформление одежды. Москва : Мастерство, 2001. 385 с.
  19. Ермилова Д. Ю. История домов моды : учеб. пос. для высш. учеб. заведений. Москва : Академия, 2003. 288 с.
  20. Зелинг Ш. Мода. Век модельеров 1900-1999. Кёльн, 2000. 590 с.
  21. Кавамура Ю. Теория и практика создания моды / пер. с англ. А. Н. Поплавской. Минск : Гревцов Паблишер, 2009. 192 с.
  22. Каминская Н. М. История костюма. Москва : Легкая индустрия 1977. 128 с.
  23. Кибалова Л., Гребенова О., Ламарова М. Иллюстрированная энциклопедия моды. Прага : Артия, 1988. 608 с.
  24. Козлова Т. В., Ильичева Е.В. Стиль в костюме XX века. Москва : МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2003. 160 с.
  25. Колосніченко М. В., Процик К. Л. Мода і одяг. Основи проектування та виготовлення одягу. Київ : КНУТД, 2011. 238 с.
  26. Косарева Е. А. Мода. XX век. Развитие модных форм костюма. Санкт-Петербург : Издательство «Петербургский институт печати», 2006. 468 с. : ил.
  27. Которн Н. История моды в XX веке. Москва : Тривиум, 1998. 176 с.:илл.
  28. Лагода О. М. Художньо-образні особливості костюма в дизайні одягу кінця XX століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства : 17.00.07. Харків, 2007. 20 с.
  29. Линч А., Штраусс М.Д. Изменения в моде : причины и следствия / пер. с англ. А. М. Гольдиной. Минск : Гревцов Паблишер, 2009. 280 с.
  30. Мамчич О.С. Проектирование и творческий источник : уч. пособие для иностр.студентов. К. : КНУТД, 2010. 96 с.
  31. Медведев В. Ю. Стиль и мода в дизайне : учеб. пособие. Санкт-Петербург :

- СПГУТД, 2005. 256 с.
32. Мельник М. Т. Мода в контексті художніх практик ХХ століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства : 26.00.01. – Київ, 2008. 22 с.
  33. Мельник М. Т. Індустрія моди. Київ : Ліра-К, 2012. 264 с.
  34. Михайлова Р. Д. Стиль одягу та його роль у формуванні іміджу. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2018. Вип.19. КНУКіМ. С.98–110.
  35. Нанн Дж. История костюма, 1200 – 2000. – Москва : Астрель : АСТ, 2005. 343 с. : ил.
  36. Неклюдова Т. П. История костюма. Ростов-на Дону : Феникс, 2004. 336 с.
  37. Ніколаєва Т. В., Ніколаєва Т. І., Баранова А. І. Комплексне дизайн-проекування: навч. посібник. Київ : КНУТД, 2018. 256с.
  38. Пашкевич К. Л. Проекування тектонічних форм одягу з урахуванням властивостей тканин : монографія. Київ : ПП «НВЦ «Профі», 2015. 364 с.
  39. Плаксина Э. Б., Михайловская Л. А., Попов В. П. История костюма (20 век). Стили и направления. Москва : Издательск. центр «Академия», 2004. 224 с.
  40. Покна М-Ф. Кристиан Диор [Текст] / М-Ф. Покна ; ред. Н.С. Малевич. Москва : Вагриус, 1997.-382 с.
  41. Романовская М. Б. История костюма и гендерные сюжеты моды. Санкт-Петербург : Алетейя, 2010. 442 с. : ил.
  42. Сафина Л. А., Тухбатуллина Л. М., Хамматова В. В. Дизайн костюма. Ростов на Дону : Феникс, 2006. 391 с.
  43. Скляренко В. М., Вологжина Н. И. 100 знаменитостей мира моды. Харьков : Фолио, 2006. 509 с.
  44. Уайт Н., Гриффитс Й. Fashion-бизнес : теория, практика, феномен. Минск : Гревцов Паблицер, 2008. 272 с.
  45. Фролов І.В., Колосніченко М. В. Розробка бренду модного одягу в умовах сучасної фешн-індустрії. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*: збірник матеріалів Міжнар. науково-практичної конференції. Київ: КНУТД. Т.2. С. 316–318.
  46. Хиллер Б. Стиль ХХ века. Москва : Слово, 2004. 240 с, ил.



47. Эдрих М. Загадочная Коко Шанель. Москва : Галарт, 1994. 112 с.
48. *Louisvuitton* : веб-сайт. URL : [http:// www.louisvuitton](http://www.louisvuitton) (дата звернення: 28.09.2019).
49. *Moda* . [2001-2005-2018]. *Moda* : веб-сайт. URL : <http://www.moda.ru> (дата звернення: 27.07.2021).
50. *Modanews* : веб-сайт. URL : <http://modanews.ru/journal/atelie> (дата звернення: 11.09.2021).
51. *Modanews* : веб-сайт. URL : <http://modanews.ua/journal/industry> (дата звернення: 07.12.2021).
52. *Nellyrodi* : веб-сайт. URL : <https://www.nellyrodi.com/> (дата звернення: 16.02.2021).
53. *Pierre-cardin*: веб-сайт. URL : [http:// pierre-cardin.kiev.ua/welcome](http://pierre-cardin.kiev.ua/welcome) (дата звернення: 22.06.2020).
54. *Soniarykiel* : веб-сайт. URL : <http://www.soniarykiel.fr> (дата звернення: 25.05.2020).
55. *Style* : веб-сайт. URL : <http://style.com/> (дата звернення: 28.10.2021).
56. *Style.com*. N.Y. [2006-2018]. *Style* : веб-сайт. URL : <http://www.style.com> (дата звернення: 28.06.2021).
57. *Valentino* : веб-сайт. URL : <http://www.valentino.com> (дата звернення: 06.10.2020).
58. *Vanityfair* : веб-сайт. URL : <https://www.vanityfair.com/> (дата звернення: 06.12.2021).
59. *Versace* : веб-сайт. URL : <http://www.versace.com> (дата звернення: 15.04.2022).
60. *Vogue* : веб-сайт. URL : <https://www.vogue.com/> (дата звернення: 03.04.2022).
61. *Мода* : веб-сайт. URL : <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1970-1979/> (дата звернення: 17.09.2021).
62. *Мода* : веб-сайт. URL : <https://fifthavenuegirl.com/2021/02/22/70s-fashion/> (дата звернення: 22.06.2021).
63. *Мода* : веб-сайт. URL : <https://www.casual-info.ru/moda/wardrobe/168/1940/> (дата звернення: 22.10.2021).

64. Moda : веб-сайт. URL : <https://www.liveabout.com/vintage-style-1970s-fashion-designers-3420079> (дата звернення: 13.05.2021).
65. Moda : веб-сайт. URL : <https://www.lofficielmonaco.com/ru/fashion/modnye-70-e-v-sovremennyh-kollektsiyah> (дата звернення: 04.11.2020).
66. Moda : веб-сайт. URL : <https://www.nothingtowear.com.ua/fashion-history/kenzo/> (дата звернення: 06.12.2021).
67. Moda. *Urkaratamotoru* : веб-сайт. URL : <http://www.turkaramamotoru.com/ru/-8059.html> (дата звернення: 27.05.2021).
68. Модні тенденції в дизайні. *Модні тенденції в дизайні* : веб-сайт. URL : <http://www.edf.edu.au/Foundation/Abilities/> (дата звернення: 29.07.2021).
69. Модні тенденції сезону : веб-сайт. URL : <https://didyouknowfashion.com/who-were-the-famous-fashion-designers-of-the-70s/> (дата звернення: 19.19.2021).
70. Модні тенденції сезону : веб-сайт. URL : <https://kirpi4ik.com.ua/modnici-z-70-x-desyatilittya-svobodi-i-eklektiki-23-foto/> (дата звернення: 18.08.2021).
71. Модні тенденції сезону : веб-сайт. URL : <https://minthost.ru/moda/moda-70-x-17-modnyx-tendencij.html> (дата звернення: 22.26.2021).
72. Модні тенденції сезону : веб-сайт. URL : <https://www.leaf.tv/articles/1980s-fashion-designers/> (дата звернення: 18.12.2021).
73. Модні тенденції сезону *Ivona. bigmir* : веб-сайт. URL : <http://ivona.bigmir.net/beauty/trands/385223-Kak-uteplit-sja-zimoy-Stilnaja-mnogosljnost> (дата звернення: 21.08.2021).
74. Модні тенденції сезону. *Modanews* : веб-сайт. URL : <http://modanews.ru/journal/atelie> (дата звернення: 15.08.2021).
75. Модні тенденції сезону. *Style.passion* : веб-сайт. URL : <http://style.passion.ru/uroki-stilya/kak-odevatsya-stilno/bazovyi-garderob.html> (дата звернення: 19.03.2021).
76. Модні тенденції сезону. *Philippe–starck* : веб-сайт. URL : [http://www.philippe-starck.net/technique/1994jim\\_nature.html](http://www.philippe-starck.net/technique/1994jim_nature.html) (дата звернення: 22.09.2020).
77. Модні тренди сезону : веб-сайт. URL : <https://101oblik.ru/history/moda-i-style-70h-godov.html> (дата звернення: 06.06.2021).

78. Модні тренди сезону : веб-сайт. URL : <https://fusion-of-styles.ru/moda-70-x-godov-proshlogo-stoletiya/> (дата звернення: 06.09.2021).
79. Модні тренди сезону : веб-сайт. URL : [https://magimoda.com/70s-fashion/#\\_1970-2](https://magimoda.com/70s-fashion/#_1970-2) (дата звернення: 23.06.2021).
80. Модні тренди сезону : веб-сайт. URL : <https://www.blue17.co.uk/vintage-blog/1970s-fashion/> (дата звернення: 12.12.2021).
81. Модні тренди сезону : веб-сайт. URL : <https://www.nur.kz/family/beauty/1737459-moda-70-h-v-sssr-foto-osnovnyh-tendencij/> (дата звернення: 02.11.2021).
82. Модні тренди сезону. *Official-online* : веб-сайт. URL : [http://official-online.com/wp-content/uploads/2014/05/Off\\_2014\\_RU-2](http://official-online.com/wp-content/uploads/2014/05/Off_2014_RU-2) (дата звернення: 13.02.2022).
83. Музей моди : веб-сайт. URL : <https://www.fashionmuseum.co.uk/news/fashions-1970s-and-1980s> (дата звернення: 06.11.2021).
84. Неделя моды в Милане. *Afternight.tv* : веб-сайт. URL : <http://afternight.tv/news/collections> (дата звернення: 21.09.2021).
85. Пьер Карден. *Вікіпедія* : веб-сайт. URL : [https://ru.wikipedia.org/wiki/Карден,\\_Пьер](https://ru.wikipedia.org/wiki/Карден,_Пьер) (дата звернення: 07.08.2021).
86. Тенденції сезону. *Tudelft* : веб-сайт. URL : <http://www.io.tudelft.nl/research/dfs/home.html> (дата звернення: 29.08.2020).
87. Тренды и тенденции : веб-сайт. URL : <https://bellatory.com/fashion-industry/1970s-Fashion> (дата звернення: 06.09.2021).
88. Тренды и тенденции : веб-сайт. URL : <https://levelvan.ru/pcontent/vintage-12/70-90years> (дата звернення: 20.06.2021).
89. Тренды и тенденции : веб-сайт. URL : <https://www.lofficielusa.com/fashion/70s-fashion-designers-emilio-pucci-diane-von-furstenberg> (дата звернення: 26.10.2021).
90. Тренды и тенденции. *Indira* : веб-сайт. URL : <http://indira.com.ua/stil-bokho-shik-kak-odetsya-v-stile-bokho> (дата звернення: 17.06.2020).

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА  
ДИЗАЙНУ

дизайну

---

мистецтва та дизайну костюма

---

**Ілюстративний матеріал  
до дипломної бакалаврської роботи**

зі спеціальності 022 Дизайн

---

освітньої програми Дизайн (за видами), спеціалізація 022.02 Дизайн одягу (взуття)

на тему: Розробка колекції жіночого костюма сезону  
весна/літо 2022 року з інтерпретацією образно-проектних  
рішень сучасної моди

Студента групи БДк2-18 Прасол Марії Іванівни

---

Науковий керівник д.мист., проф. Чупріна Наталія Владиславівна

---

Київ 2022

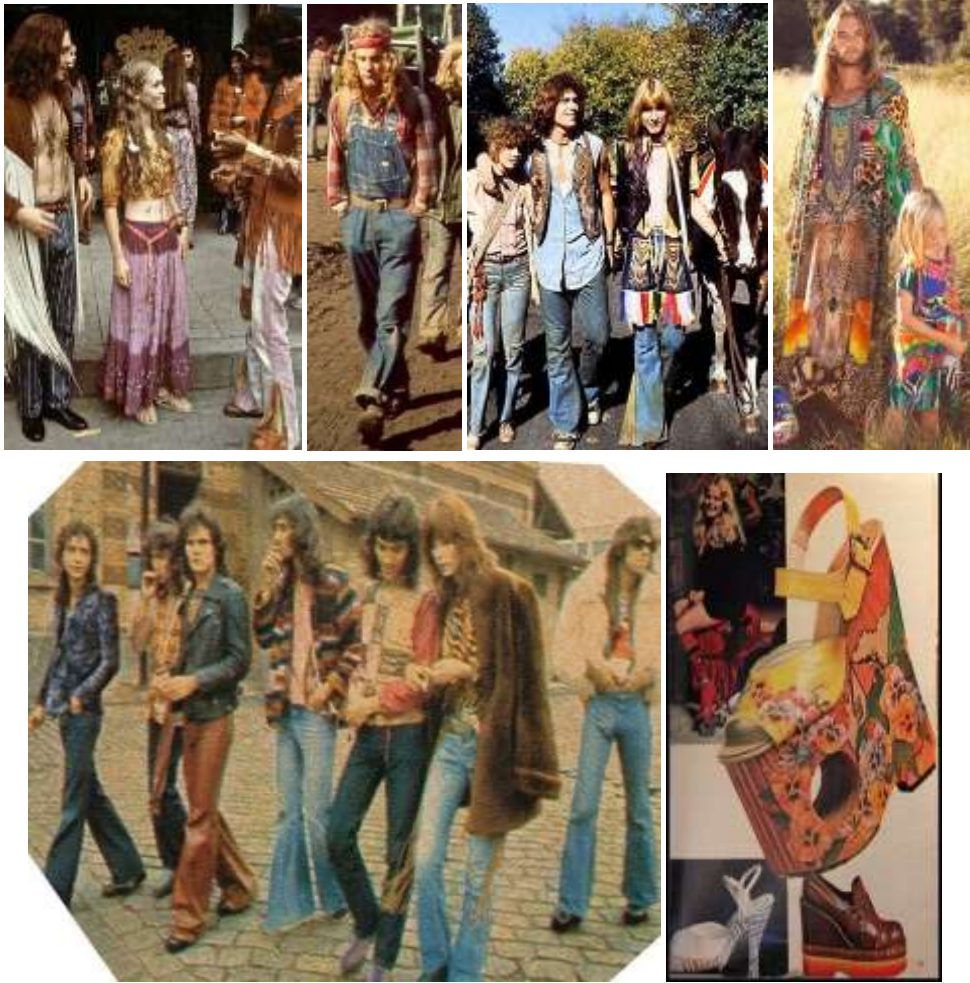


Рис. А.1. – А.6. Модні тенденції в одязі та аксесуарах і доповненнях, сформовані субкультурою «хіпі», фотографії 1970-х рр.



Рис. А.7 – А.10. Модні тенденції в одязі та аксесуарах і доповненнях, сформовані субкультурою «хіпі», фотографії 1970-х рр.



Рис. А.11 – А.13. Модні тенденції в одязі та аксесуарах і доповненнях, дизайнери Вівьєн Вествуд та Малколм Макларен – засновники та власники бутики



Рис. А.14 – А.22. Моделі джинсів 1970-х років, рвані на колінах, що асоціативно стилізують моду хіппі 1970-х рр.



Рис. А.23 – А. 29. Художньо-образні засоби запозичення етнічних і фольклорних мотивів у модних тенденціях 1970-х років провідних Будинків моди: Etro; Louis Feraud; Bizarro, дизайнер К. Діор; Lanvin



Рис. А.30 – А.31 Ідентичність силуетних форм та пропорційного членування форми костюма кінця 1940-х років та кінця 1970-х років як відображення ретро-моди



Рис. А.32. М. Куант.  
Пляжний брючний комплект,  
1970-ті рр.



Рис. А.33. М. Куант.  
Демісезонний ансамбль для прогулянок з лакованої шкіри, 1972-1974 рр.



Рис. А.34. М. Куант.  
Повсякденний брючний ансамбль, 1969-1971 рр.



Рис. А.35. С. Рікель.  
Повсякденні ансамблі для прогулянок,  
1970-ті рр.



Рис. А.36. М. Куант. Моделі повсякденних комплектів одягу, 1970-ті рр.



Рис. А.37. М. Куант. Повсякденні ансамблі для прогулянок, 1976-1978 рр.





Рис. А.38.

І. С. Лоран.

Нарядний ансамбль,  
для торгової марки  
«Saint Laurent Rive  
Gauche», осінь-зима  
1976- 1977 рр.



Рис. А.39.

І. С. Лоран.

Нарядний ансамбль, для  
торгової марки «Saint  
Laurent Rive Gauche»,  
1977 р.



Рис А.40. І. С. Лоран.

Нарядний ансамбль,  
для торгової марки  
«Saint Laurent Rive  
Gauche»,  
1976 р



Рис. А.41 – А.43. Дж. Армані. Повсякденний плащ класичного стилю, 1978 р. Фото для журналу «Vogue»



Рис. А.44. В.Вествуд.  
Повсякденна блуза з  
монорапортним  
принтом, 1976 р



Рис. А.45. В. Вествуд.  
Повсякденна блуза-  
сорочка, кінець  
1970-х рр.



Рис. В.46. В. Вествуд.  
Повсякденна блуза-  
сорочка, 1979 р.



Рис. А.47. В. Вествуд.  
Повсякденний  
комплект за мотивами  
панк-культури,  
1977 р.



Рис. А.48. В. Вествуд.  
Повсякденний комплект  
за мотивами панк-  
культури, 1977 р.



Рис. Рис. А.49. В.  
Вествуд. Нарядні  
ансамблі за мотивами  
панк-культури,  
1974-1975 рр.

*Чуприна Н.В., Прасол М.І., Логвинчук О.П., Окренка Х.В.*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

## **ФУНКЦІОНАЛЬНО-ЯКІСНИЙ АНАЛІЗ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ ЗАГАЛЬНОЇ ЕСТЕТИЧНОЇ ЯКОСТІ МОДЕЛЕЙ ОДЯГУ ЯК ПРОДУКТУ МОДИ**

*Анотація.* Досліджено основні принципи та етапи проведення функціонально-якісного аналізу при розробці моделей модного одягу. Визначено основні критерії системного, функціонального, структурного аспектів проведення даного аналізу. Охарактеризовано об'єкти та ідеї функціонально-якісного аналізу в дизайн-проектванні. Сформовано принципovu схему-алгоритм проведення функціонально-якісного аналізу в дизайн-проектванні моделей одягу. Здійснено апробацію застосування функціонально-вартісного аналізу в розробці актуальних моделей одягу як продукту моди.

*Ключові слова:* дизайн-проектвання; продукт моди; функціонально-якісний аналіз; перспективна колекція одягу; загальна естетична якість.

*Chuprina N.V., Prasol M.I., Logvinchuk O.P., Okrenka Kh.V.*

*Kyiv National University of Technologies and Design*

## **FUNCTIONAL-QUALITATIVE ANALYSIS AS A MEANS OF ACHIEVING THE OVERALL AESTHETIC QUALITY OF CLOTHING MODELS AS A PRODUCT OF FASHION**

*Abstract.* The basic principles and stages of functional-qualitative analysis in the development of models of fashionable clothing are studied. The main criteria of system, functional, structural aspects of this analysis are determined. Objects and ideas of functional-qualitative analysis in design are described. The basic scheme-algorithm of carrying out the functional-qualitative analysis in design designing of models of clothes is formed. Approbation of the application of functional-cost analysis in the development of current clothing models as a fashion product has been carried out.

*Keywords:* design; fashion product; functional-qualitative analysis; perspective clothing collection; general aesthetic quality.

**Вступ.** Слово «мода» походить від французького слова "mode", що в свою чергу походить від латинського "modus" – міра, образ, спосіб. Мода – це те, що має у певний час найбільше поширення, користується великою популярністю і визнанням більшості. Мода – це нетривале панування в суспільстві певних смаків, атрибутів, віянь, головним чином, у зовнішніх формах побуту, особливо, в одязі. Як відомо, мода є надзвичайно мінливою. Те, що було надзвичайно модним, здається, лише нещодавно, сьогодні видається смішним та незграбним. Адже, мода – це завжди і новизна, і наслідування, і індивідуальність. На моді завжди залишається відбиток того часу, коли вона виникає, відбиток життя всього суспільства. Таким чином, мода одного періоду нагадує моду іншого формами костюма, особливостями членування, конструкторським рішенням тощо [8].

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Критерієм ефективності проектної діяльності дизайнерської групи при розробці перспективної колекції є якість моделей одягу, їх актуальність та конкурентоспроможність на вітчизняному та світовому ринках. Це змушує модельєрів шукати і використовувати у своїй діяльності найбільш ефективні механізми та інструменти.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У країнах пострадянського простору з початку 1990-х років різко знизилася кількість публікацій щодо функціонально-якісного аналізу, припинилася підготовка і перепідготовка спеціалістів, його перестали застосовувати на виробництвах. Фахівці виявилися не затребуваними на

Батьківщині, і частина з них працює за кордоном – в Ізраїлі, Канаді, США, Фінляндії, Кореї.

Протягом останніх років в нашій країні і за кордоном проводилися інтенсивні теоретичні дослідження, що дозволили на основі узагальнення багатої практики в найрізноманітніших сферах проектування та виробництва модного одягу сформулювати методологічні, методичні та організаційні засади функціонально-якісного аналізу, розширити спектр застосовуваних методів і прийомів комп'ютерної техніки, математичного та евристичного моделювання, знайти нові сфери їх застосування. Великий внесок у розвиток теорії цього методу в Росії внесли М.Г. Карпунін, Н.К. Моїсеєва [1], Б.І. Майданчик [2], Ю.М. Соболев, в Чехії – Р. Влчек, у Словаччині – В. Дістав, в Німеччині – Х. Велленройтер [3], К. Томас, Х. Еберт [4].

**Постановка проблеми.** Одним із найбільш ефективних інструментів підвищення загальної естетичної якості модних продуктів промислового виробництва в дизайн-проектванні є функціонально-якісний аналіз. Впровадження його принципів при розробці перспективних колекцій одягу малими асортиментними серіями дозволить спростити проекту структуру дизайн-діяльності та підвищити загальну естетичну якість моделей одягу.

**Результати досліджень.** Сьогоднішня індустрія моди тримається на творчій фантазії величезної кількості модельєрів і дизайнерів, професійність яких набуває справжнього мистецького рівня. Покази мод перетворюються у захопливі шоу. Але висока мода із властивими їй ознаками елітарності визначає основні тенденції повсякденного вбрання найширших верств споживачів. Якщо окреслювати основні тенденції сучасної моди, то в цілому її характеризує мобільність, свобода, зручність. Провідною є тенденція на практичність і омолодження, коли не надто різко відрізняється стиль повсякденного і ділового одягу й не відчутним є бар'єр між формою вбрання представників різних вікових категорій. Адже модельєри в кінцевому рахунку працюють на споживача [5, 7].

В контексті цього функціональне моделювання у сфері дизайн-проектвання та виробництва моделей одягу на базі різних нових стандартів дозволяє отримати моделі бізнес-процесів при розробці перспективних колекцій. Робота з удосконалення таких процесів, підвищення їх ефективності, зниження витрат і підвищення якості продукції неможлива без додаткових методів і інструментів. Одним із таких методів є метод функціонально-якісного аналізу, спрямованого на функціональне удосконалення процесів, у першу чергу з точки зору зниження вартості при збереженні чи підвищенні естетичних властивостей та образно-проектних характеристик продукту моди.

Ключове завдання методу – визначення значущості функцій у рамках проектного процесу. Стандартні методи обліку не завжди правильно відповідають на питання, пов'язані з визначенням функціональної доцільності процесів дизайн-проектвання. Метод функціонально-якісного аналізу оцінює процес і ефективність функцій, визначає вартість проектування та виробництва одягу і вказує на можливості для удосконалення продуктивності і ефективності процесів, що аналізуються. На сьогодні у практиці розробки колекцій основні виробничі завдання полягають у зниженні матеріаломісткості, трудомісткості, енергоємності та фондомісткості модного одягу, підвищення якості продукції, забезпечення скорочення витрат на покращення якості продукції за рахунок повного або часткового виключення лишніх витрат на малоефективні заходи [4]. Таким чином, метод функціонально-якісного аналізу можна вважати змістовною апробацією на заключних етапах проектування моделей та колекцій модного одягу класів прет-а-порте та брідж.

За своєю суттю цей метод оптимізує роботу над помилками на етапі дизайн-проектвання та конструктивного моделювання одягу і роботу дизайнерської групи

загалом. Технічні процеси розвиваються за певними законами. Порушення цих законів неминуче призводить до матеріальних втрат як виробника, так і споживача модної продукції. Функціонально-якісний аналіз дає змогу виявити втрати і ліквідувати їх причини на етапі дизайн-проектування модного одягу широкого вжитку. Основні методичні положення методу функціонально-якісного аналізу в умовах ринку не втрачають своєї значущості та доцільності застосування, хоча при вдосконаленні організації процесу дизайн-проектування та в безпосередньому управлінні виробництвом використовуються недостатньо.

В економічній літературі та в виданнях щодо діяльності модної індустрії відзначають взаємозв'язок стратегії маркетингу та функціонально-якісного аналізу, що розвиває стратегію маркетингу, так як є ефективним методом дослідження техніко-економічних характеристик продуктів моди та їх функціональних можливостей [6].

«Під функціонально-якісним аналізом розуміють метод комплексного системного дослідження властивостей і характеристик продукції, включаючи функції та ресурси, задіяні у виробництві, діяльність з продажу, доставки, технічної підтримки, надання послуг, а також щодо забезпечення якості» [9], зокрема у сфері дизайн-проектування одягу (рис. 1).



Рис. 1. Зміст методу функціонально-якісного аналізу

Якщо метод функціонально-якісного аналізу є доцільним у застосуванні для дизайн-проектування одягу, то можна звузити профіль і використати його при розробці окремих колекцій одягу. За умови впровадження даного методу в процес проектування колекції, головна увага направлена на оптимізацію співвідношення між якістю, корисністю функцій об'єкту (моделі одягу) і витратами на їх реалізацію на всіх етапах життєвого циклу моделей колекції як продукту моди.

Системний підхід при функціонально-якісному аналізі передбачає, що об'єктом аналізу в рамках методу може бути вибрана конструкція, процес, діяльність, продукція або послуга. В даному випадку для дизайн-проектування, це – одяг як продукт моди масового споживання. Який би об'єкт не був узятий для аналізу, він розглядається як система, яка характеризується:

- здатністю створювати художні еталони та образно-проектні зразки, наділені загальною естетичною якістю;
- внутрішньою структурою, тобто вона складається з окремих взаємопов'язаних між собою компонентів [4].

Розгляд об'єкта аналізу (моделей з колекції одягу), як системи, дозволяє встановити причинно-наслідкові зв'язки між ресурсами, які надходять до входу системи, компонентами системи і результатами, що з'являються на виході системи .

Функціональний підхід свідчить про те, що в основі даного методу лежить передумова – для отримання очікуваного результату система повинна виконати певний набір функцій. Опис системи у вигляді функцій дозволяє абстрагуватися від конкретних носіїв цих функцій (компонентів системи) і їх фізичної та економічної природи. Функція є перетворювачем вхідних ресурсів і творцем виходів системи. Таким чином функціональний підхід дає змогу простежити і дослідити усі етапи процесу перетворення тканин та фурнітури, а творцем кінцевого результату – готового одягу є сама функція. В основі якісної складової методу лежить передумова про те, що, витрачаючи ресурси (матеріали, фурнітуру, нитки тощо), система переносить їх властивості на зпроектовані продукти моди / моделі одягу.

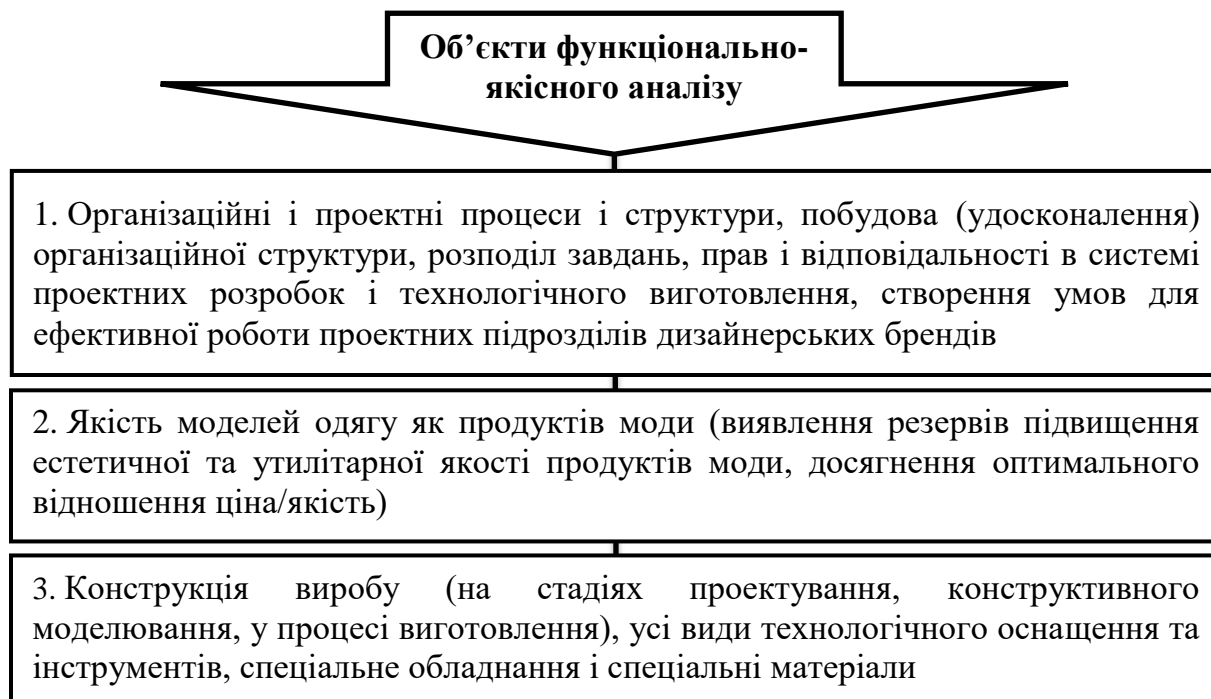
Розуміння причинно-наслідкових зв'язків у системі дозволяє зрозуміти механізм перенесення функцій та якісних характеристик продуктів моди (моделей одягу) в системі. Знання цього механізму є необхідною умовою ефективного управління системою в дизайн-проекуванні [7].

Результативність і ефективність є важливими складовими змісту функціонально-якісного аналізу. Результативність – це ступінь реалізації запланованої дизайн-діяльності та досягнення запланованих результатів. Ефективність – це взаємовідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами. У контексті розглянутого методу результативність – це характеристика системи, визначена як її здатність виконувати функції, а ефективність – це характеристика, обернено пропорційна витратам, які поглинаються продуктом моди як результатом дизайн-проекування. Іншими словами, для оцінки результативності та ефективності системи необхідно визначити співвідношення між функціями, які виконуються в системі, і витратами на їх виконання. Усі функції на передпроектній стадії та безпосередньо на стадіях дизайн-проекування одягу повинні бути співвідношенні між собою та відповідно до витрат на їх реалізацію. Після цього можна оцінювати результативність та ефективність системи в дизайн-проекуванні та індустрії моди.

Цілі використання функціонально-якісного аналізу на стадії проектування продуктів моди можуть розрізнятися залежно від об'єкта дослідження. Якщо об'єктом дослідження буде виступати проектний підрозділ дизайнерського бренду, то мета дослідження полягатиме в досягненні оптимізації проектних процесів та підвищення продуктивності дизайн-діяльності. Якщо об'єктом дослідження виступатиме підвищення естетичної якості моделей одягу як продуктів моди (удосконалення або оптимізація ергономічних, утилітарно-експлуатаційних, проектних, ергономічних, композиційно-технологічних характеристик моделей одягу або асортиментних груп), то метою дослідження буде активізація та покращення процесу художнього проектування, конструктивно-композиційної розробки, виявлення естетичних і функціональних характеристик моделей, а також їх технологічності, трудомісткості і продуктивності. При ньому в якості об'єкта дослідження розглядають утилітарну якість моделей одягу з розробленої колекції, а цілями функціонально-якісного аналізу є: на стадіях передпроектного аналізу та художнього проектування – досягнення естетичної та ергономічної досконалості, на стадіях виробництва та експлуатації продукту моди – скорочення або виключення невиправданих витрат і втрат. Кінцевою метою функціонально-якісного аналізу є пошук найбільш економічних варіантів того чи іншого проектного вирішення з точки зору споживача одягу і його розробника [10–12].

Теорія функціонально-якісного аналізу широко використовується комплексно в дизайн-діяльності, особливо при проектування промислових колекцій та моделей одягу. Це пов'язано з системністю методу, який полягає в тому, що необхідне дослідження об'єкта як єдиного цілого і як системи, що включає в себе інші складові елементи, які знаходяться у взаємодії, а також як частини іншої системи, вищого рівня.

В такій системі аналізований об'єкт знаходиться в певних взаєминах з іншими підсистемами. Але таким чином, використання функціонально-якісного аналізу при розробці колекції одягу дозволяє виявити в кожному досліджуваному об'єкті (в кожній моделі одягу) причинно-наслідкові зв'язки між якістю, характеристиками та утилітарною досконалістю продуктів моди. Відповідно розрізняють і завдання функціонально-якісного аналізу по об'єктах дослідження (рис. 2). На сьогодні у дизайн-проекуванні модного одягу основні завдання полягають у підвищенні естетичності ідейного змісту та образності продукту моди, удосконалення його об'ємно-просторової структури, дотриманні утилітарної досконалісті тощо [4].



*Рис. 2. Об'єкти функціонально-якісного аналізу в даному контексті*

Роботи різних авторів, які займалися методологією проведення функціонально-якісного аналізу, свідчать про те, що:

- відсутня єдина методика функціонально-якісного аналізу, що підходила б усім напрямкам та усім об'єктам дослідження у сфері дизайн-діяльності та проектуванні одягу;
- перед тим, як прийняти рішення про застосування функціонально-якісного аналізу, потрібно проаналізувати основні фактори, що впливають на проектний процес і методику реалізації цього методу.

Функціонально-якісний аналіз дозволяє виконати такі види передпроектних робіт:

- визначити рівень (або ступінь) виконання різних передпроектних та проектних процесів при розробці і впровадженні перспективних колекцій одягу, в тому числі ефективність управління маркетингом та управління загальною естетичною якістю продуктів моди;
- обґрунтувати вибір раціонального варіанта дизайн-проекування;
- провести аналіз функцій, виконуваних проектними підрозділами, дизайнерськими та конструкторськими групами;
- забезпечити високу якість модної продукції, її актуальність;

- проаналізувати інтегроване поліпшення результатів діяльності дизайнерського колективу та ін.

З метою забезпечення оптимальної віддачі від проведення робіт в межах функціонально-якісного аналізу необхідно дотримуватись кількох основних принципів (табл. 1). Об'єктами функціонально-якісного аналізу виступають естетична та утилітарна якість модного продукту (моделей одягу). Естетична якість костюмів аналізується відповідно системного, функціонального і творчого підходу. Утилітарна якість – стосовно функціональності, системності, екологічності і творчості [9].

Таблиця 1

### Принципи функціонально-якісного аналізу

Об'єкт	Принцип	Зміст принципу
Естетична якість продукту моди (моделей одягу)	Системний підхід	Аналіз естетичності як елемента системи вищого порядку і як системи, що складається із взаємопов'язаних елементів моделі одягу
	Функціональний підхід	Аналіз естетичної якості як комплексу виконуваних функцій
	Творчий підхід	Активізація творчої роботи з проблем структури і функцій естетичності моделі одягу
Утилітарна якість продукту моди (моделей одягу)	Функціональність	Розгляд продукції як комплексу виконуваних функцій
	Системність	Вивчення кожної функції продукції як самостійної системи
	Економічність	Аналіз витрат на функції продукції на всіх стадіях життєвого циклу продукції
	Творчість	Активізація колективної роботи над підвищенням якості продукції

Напрями проведення аналізу доцільно деталізувати, розподіляючи за ступенем значущості, що визначається методом експертної оцінки. Зіставлення функцій з витратами на їхнє здійснення дозволяє вибирати шляхи підвищення загальної естетичної якості продуктів моди, зокрема естетичності їх утилітарної досконалості, що входить до основних ідей функціонально-якісного аналізу (рис. 3).

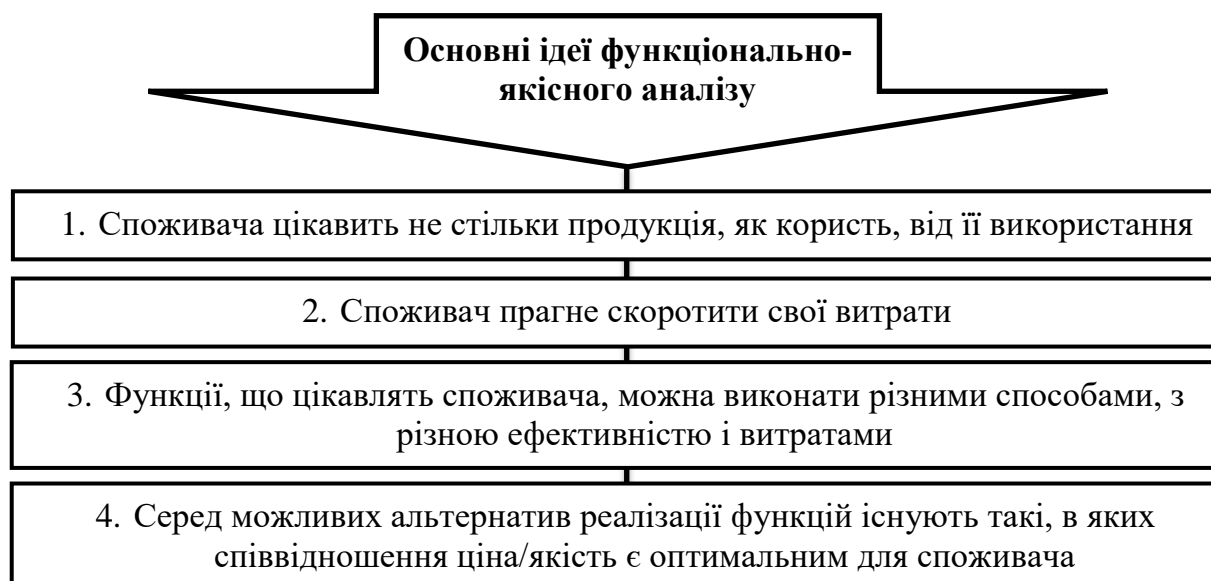


Рис. 3. Основні ідеї методу функціонально-якісного аналізу



Реалізація будь-якої форми функціонально-якісного аналізу передбачає виконання декількох етапів (табл. 2).

Таблиця 2

## Етапи проведення функціонально-якісного аналізу

Етап	Зміст етапу
1. Підготовчий	Створення проектних передумов для впровадження функціонально-якісного аналізу в процесі дизайн-діяльності. Визначення об'єкта аналізу з відповідним проектно-технічним обґрунтуванням (наприклад, одиниці модного продукту). Розробка та затвердження плану-графіка передпроектних робіт
2. Інформаційний	Збір, обробка і аналіз інформації про об'єкт. Побудова структурної моделі функціонально-якісного аналізу модного продукту
3. Аналітичний	Визначення складу об'єкта і виявлення зв'язків між елементами продукту моди; виявлення, формулювання та класифікації його функцій; побудова функціональної моделі об'єкта; оцінка рівня виконання функцій; визначення функціональної, проблемної й витратної залежності об'єкта; побудова об'єднаної (функціонально-структурної) моделі об'єкта; формулювання завдань вдосконалення об'єкта (продукта моди)
4. Творчий	Пошук ідей і варіантів рішень щодо вдосконалення об'єкта; обробка та систематизація результатів проведення творчих трансформацій; підготовка матеріалів для оцінки результатів
5. Дослідницький	Проектна і комерційна оцінка варіантів рішень продуктів моди відповідно обраних на даному етапі критеріїв; оцінка реальних пропозицій продукту моди (моделей одягу)
6. Рекомендаційний	Розгляд пропозицій та прийняття рішення відповідним структурним підрозділом дизайнерського бренду про прийнятність пропозицій; складання плану-графіка впровадження рекомендацій в дизайн-проектування модного продукту (моделей одягу)
7. Етап впровадження	Затвердження креативним підрозділом дизайнерського бренду плану-графіка впровадження розроблених рекомендацій щодо вдосконалення загальної естетичної якості продукту моди (моделей одягу); впровадження та оцінка отриманих результатів

На основі проведення функціонально-якісного аналізу в сучасному дизайн-проектуванні в ході дослідження складено принципову схему-алгоритм проведення цього аналізу як етапу передпроектних робіт при проектуванні нових моделей одягу (рис. 4) та представлено зразок його застосування при розробці актуальних моделей одягу як продукту моди (рис. 5). В якості підтвердження дієвості цього алгоритму на його основі було проведено аналіз та здійснено розробку базових позицій формоутворення колекції моделей одягу, яку в подальшому було виготовлено в матеріалі.

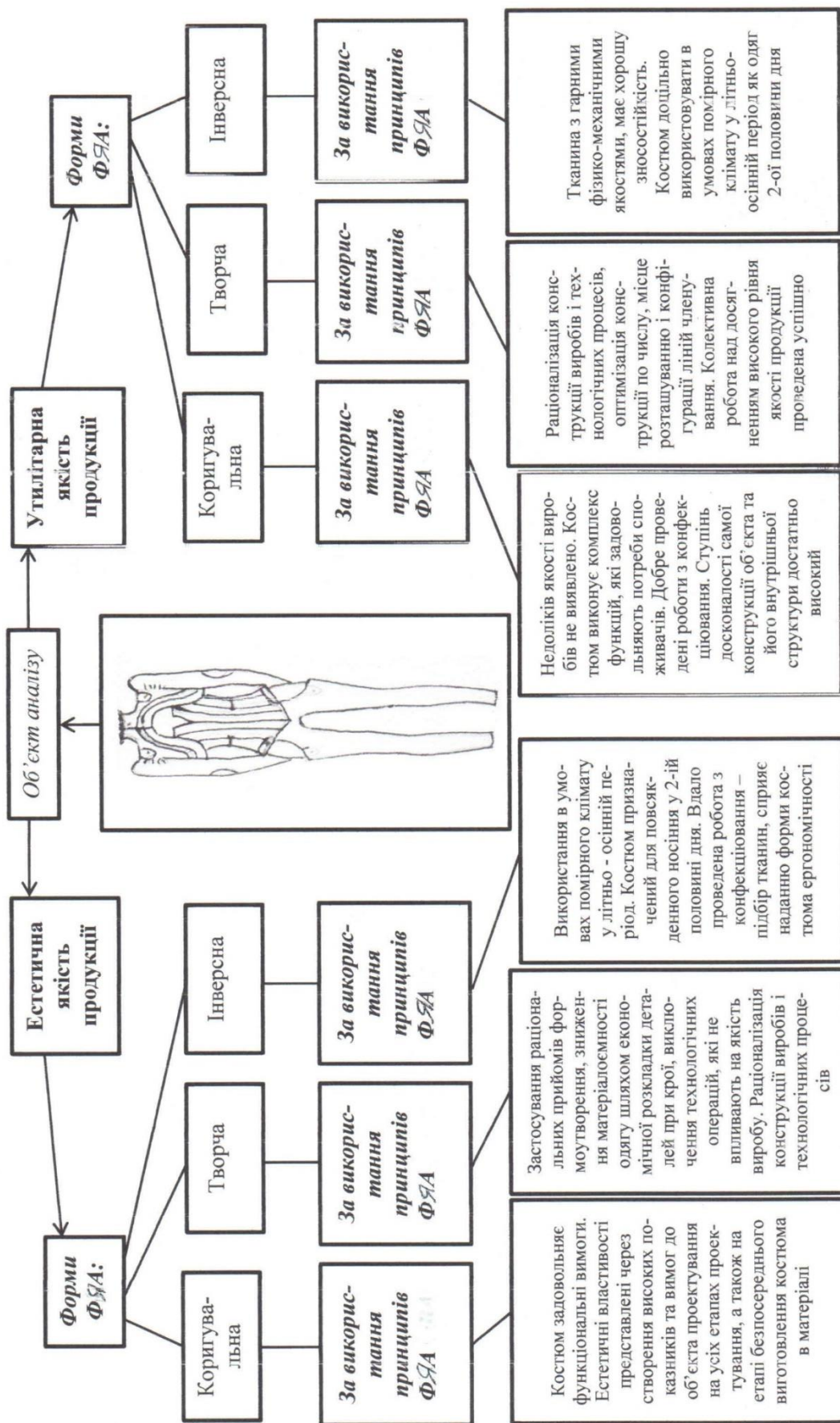
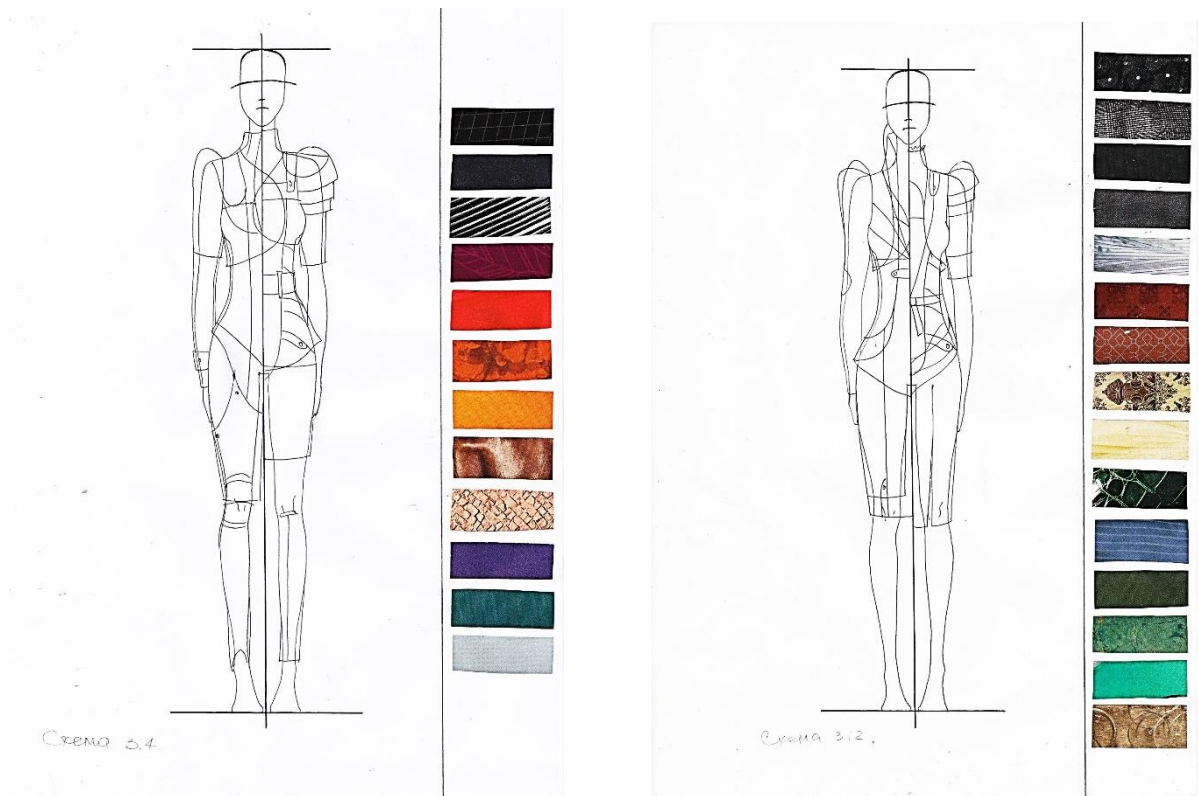


Рис. 4. Принципова схема-алгоритм проведення функціонально-якісного аналізу в дизайн-проектуванні моделей одягу



**Рис. 5. Застосування функціонально-вартісного аналізу в розробці актуальних моделей одягу як продукту моди**

**Висновки.** Успішне дизайн-проекування продукту моди значною мірою пов'язане з реалізацією принципів функціонально-якісного аналізу, які створюють необхідні і достатні передумови в рамках єдиної концепції та методології, щоб з'єднати задачі оптимізації підвищення загальної естетичної якості і витрат на всіх стадіях життєвого циклу моделей модного одягу як продукту моди, створити сприятливі умови для випуску конкурентоспроможного модного одягу, забезпечити якісне підвищення кваліфікації дизайнерів та фахівців у сфері розробки та виготовлення модного одягу масового попиту, розвиток у них нестандартного, творчого мислення.

Основні напрями використання моделей функціонально-якісного аналізу для реорганізації процесів проектування в сучасній дизайн-діяльності – це підвищення загальної естетичної якості, естетичності ідейного змісту та образності продукту моди, удосконалення його об'ємно-просторової структури, дотриманні утилітарної досконалості тощо.

### Список використаної літератури

1. Моисеева Н. К. Основы теории и практики функционально-стоимостного анализа / Н. К. Моисеева, М. Г. Карпунин. – М.: Высшая школа, 1998. – 192 с.
2. Майданчик Б. И. Основы функционально-стоимостного анализа: учеб. пособие / Б. И. Майданчик. – М.: Энергия, 1980. – 172 с.
3. Велленройтер Х. Функционально-стоимостной анализ в рационализации производства / Х. Велленройтер; пер. с нем. – М.: Экономика, 1984. – 111 с.
4. Ивлев В. Что такое функционально-стоимостной анализ [Электронный ресурс] / В. Ивлев, К. Ивлев, Т. Попова. – Режим доступа: [https://www.cfin.ru/management/what\\_is\\_abc](https://www.cfin.ru/management/what_is_abc).
5. Амосова Э. Ю. Формирование модных тенденций под воздействием инновационных технологий / Э. Ю. Амосова // Текстильная промышленность. – 2010. – № 2. – С. 40–43.
6. Андреева А. Н. Концепция портфеля дизайнерских брендов в фешн-бизнесе: постановка проблемы / А. Н. Андреева // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Серия 8. – 2003. – Вып. 2 (№ 16). – С. 28–54.

7. Кавамура Ю. Теория и практика создания моды / Ю. Кавамура; пер. с англ. А. Н. Поплавской. – Минск: Гревцов Паблишер, 2009. – 192 с.
8. Линч А. Изменения в моде: причины и следствия / А. Линч, М. Д. Штраусс; пер. с англ. А. М. Гольдиной. – Минск: Гревцов Паблишер, 2009. – 280 с.
9. Гордашнікова О. Ю. Функціонально-вартісний аналіз якості продукції та управління маркетингом на підприємстві / О. Ю. Гордашнікова. – М.: Видавництво «Альфа-Прес». 2006. 88 с.
10. Чуприна Н. В. Принципы оптимизации выбора художественной системы проектирования одежды при разработке коллекций модной одежды разного типа / Н. В. Чуприна // Известия вузов. Технология легкой промышленности. – 2017. – № 1. – С. 118–125.
11. Agins, T. (2000). The End of Fashion: How Marketing Changed the Clothing Business Forever. NY: HarperCollins Publishers Inc. 347 p.
12. Burns, L.D., O'Bryant, N. (2002). The Business of Fashion. New York : Fairchild Publications. 472 p.