

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини
Факультет інженерно-педагогічної освіти
Кафедра технологічної освіти

ДИЗАЙН ОДЯГУ

Навчальний посібник

Укладач Харитонова В. В.

Умань
Візаві
2019

УДК 687.01
Д44

Рецензенти:

Оршанський Леонід Володимирович – доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри технологічної та професійної освіти Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка;

Титаренко Валентина Петрівна – доктор педагогічних наук, професор, декан факультету технологій та дизайну Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка;

Побірченко Олена Михайлівна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри образотворчого мистецтва Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

*Рекомендовано до друку Вченою радою Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини
(протокол №7 від 17 грудня 2019 р.)*

Д44 Дизайн одягу : навч. посіб. / уклад. В. В. Харитонова. – Умань : Візаві, 2019. – 109 с.

У посібнику розглядаються питання виникнення та розвитку дизайну, його значення в процесі проектування одягу, розкрито особливості та зміст художньо-конструкторської діяльності, методи роботи дизайнера під час проектування і виготовлення швейних виробів. Посібник може бути корисним вчителям трудового навчання та технологій, студентам, магістрам, широкому колу читачів, яких цікавлять питання створення одягу.

УДК 687.01

© Харитонова В. В., 2019

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
1. ОСНОВИ ДИЗАЙНУ.....	
1.1. Виникнення та розвиток дизайну.....	6
1.2. Дизайн у сучасному світі.....	16
2. ДИЗАЙН КОСТЮМА.....	
2.1. Костюм як об'єкт дизайну.....	20
2.2. Особливості проектування одягу.....	26
3. ОБРАЗНО-АСОЦІАТИВНІ ОСНОВИ ТВОРЧОСТІ ДИЗАЙНЕРА.....	
3.1. Художній образ в дизайні одягу.....	30
3.2. Джерела та особливості творчості дизайнера.....	32
4. ПРИЙОМИ І МЕТОДИ ТВОРЧОСТІ ДИЗАЙНЕРА....	
4.1. Процес створення костюму.....	51
4.2. Методи проектування.....	53
4.3. Тенденції розвитку дизайну одягу.....	61
5. ХУДОЖНІ СИСТЕМИ ПРОЕКТУВАННЯ ОДЯГУ.....	
5.1. Проектування одиничних виробів та серії виробів.....	64
5.2. Проектування комплекту.....	67
5.3. Проектування ансамблю.....	72
5.4. Проектування колекцій	77
ДОДАТКИ.....	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	107

ПЕРЕДМОВА

Створення сучасного одягу потребує різносторонньої діяльності та великого мистецтва, неодмінно пов'язане зі знаннями про моделювання, конструювання, художнє оформлення швейних виробів, технології швейного виробництва, адже всі ці процеси взаємопов'язані та є послідовними етапами створення сучасного одягу. Проектування швейних виробів вдосконалюється разом із розвитком швейної та текстильної промисловості, а також іншими дотичними галузями виробництва. Асортимент одягу постійно розширюється, змінюється та поповнюється завдяки виробництву нових видів матеріалів, виникненню нових технологій та професій, нових естетичних вимог.

Удосконалення процесу проектування та виготовлення швейних виробів значною мірою залежить від обізнаності фахівців з питань художнього конструювання. Сьогодні все більше зростають вимоги до якості одягу, критерієм якого виступає дизайн (художнє конструювання). Все це диктується законами ринку і жорсткої конкуренції, вимагає глибоких знань і творчого підходу до справи.

Дизайн одягу як елемент проектної культури спрямований сьогодні на формування нових естетичних потреб, нової культури споживання і, зрештою, на формування гармонійної особистості. Нове розуміння взаємодії людини і одягу висуває на перший план можливість самореалізації індивідуальності. Велика різноманітність стилів, форм, силуетів, з яких кожний може вибрати те, що підходить саме йому, дає можливість самому брати участь в творчому процесі створення костюма.

Важко переоцінити ту роль, яку грає одяг в нашому житті. Він виконує не тільки свою цільову функцію (функцію

призначення) як засіб захисту людини від несприятливих дій навколишнього середовища, але й великою мірою впливає на всю багатогранну життєдіяльність людини. Своєю художньою виразністю одяг яскраво відображає стан і тенденції розвитку художнього стилю наочного середовища епохи.

Неоціненна роль одягу як об'єкту дизайнерської діяльності. Зі змінами, що відбуваються в життєдіяльності людини, з розвитком науки, техніки, культури роль одягу не зменшується, а все більш зростає. Під впливом багатьох чинників послідовно удосконалюється якість його конструктивного устрою і художньо-композиційної розробки. Він більш повно відповідає вимогам, обумовленим його функцією призначення, більш зручний і надійний в експлуатації, більш повно задовольняє особистісні вимоги споживачів.

В даному посібнику розглядаються питання виникнення та розвитку дизайну, його значення в процесі проектування одягу, розкрито особливості та зміст художньо-конструкторської діяльності, методи роботи дизайнера під час проектування і виготовлення швейних виробів. Посібник знайомить з теоретичними основами розробки різних художніх систем одягу – модель, серія, ансамбль, колекція. Сподіваємося, що вивчення даних питань відкриє перед читачами нові можливості у набутті необхідних знань для проектування та виготовлення якісного одягу, допоможе розвинути творчий потенціал.

1. ОСНОВИ ДИЗАЙНУ

1.1. Виникнення та розвиток дизайну

В основі будь-якого промислового виробництва лежить проектна діяльність, що нерозривно пов'язана з поняттям дизайну. Сислове коріння терміну «дизайн» походить від латинського *designare* – визначати, позначати. Італійське «*disegno*» з часів Ренесансу значило проекти, малюнки, а також основоположні ідеї. У Англії поняття «*design*» означає проектувати, креслити, замислювати.

Для визначення дизайнерської діяльності в різних її аспектах і проявах разом з терміном «дизайн» вживається ще і термін «художнє конструювання». Таким чином, терміни «художнє конструювання» і «дизайн» трактуються як ідентичні. Під ними розуміють новий творчий метод проектування промислових виробів, запровадження якого повинне забезпечити високу якість продукції. Його специфічною особливістю є єдність утилітарних та естетичних принципів. Під утилітарними розуміють користь, функціональність, технологічність та економічність, а під естетичними – красу, витонченість, виразність та образність. Обидва ці поняття взаємопов'язані, причому утилітарне у більшості випадків залишається визначаючим і домінуючим.

Сьогодні існує декілька точок зору щодо сфери застосування дизайну. Так, художники відносять його до сфери мистецтва, архітектори – до сфери архітектурно-художньої діяльності, інженери – до сфери техніки. Але є істотна відмінність між мистецтвом і дизайном: дизайн орієнтований на вирішення нових завдань, продиктованих реальними потребами людини і суспільства, а не на створення художнього

варіанту існуючого типу виробу, як в прикладному мистецтві. Дизайн – це особливий вид мистецтва, який створює наочний світ, а не зображає його.

Прослідкуємо шлях розвитку дизайну як виду професійної діяльності і його вплив на розвиток виробництва.

Передісторія дизайну йде корінням в початок людської історії взагалі. Усюди, де людина піклувалася про зовнішній вигляд своїх речей, організовувала з них свій навколишній світ, формувалися передумови виникнення дизайну. Проте, для формування дизайну в сучасному його розумінні були необхідні певні умови, потреби і установки.

Промислова революція кінця XVIII століття і початку XIX століття призвела до заміни мануфактурного ремісничого виробництва крупною машинною промисловістю, появи нового, по суті технічного світу, до масового виробництва наукоємної техніки, різноманітних дешевих і високоякісних товарів. Історики виділяють три основні етапи в промисловій революції, поява машин в текстильному виробництві, винахід парової машини, застосування машин в машинобудуванні.

У 1733 році в текстильному виробництві в Англії з'явився перший винахід, що дав поштовх до технічної революції, – ткацький верстат Джона Клея, що звільнив ткача від ряду ручних операцій. Це значно підвищило продуктивність праці і об'єм шерстяних і льняних тканин, що випускалися.

У 1765 році Джеймс Харгрівс винайшов механічну прядильну машину «Джені» (яку назвав на честь своєї дочки). На перших прядильних фабриках в Англії використовували водяні двигуни, а прядильні машини отримали назву ватермашини.

Початок «століття пари» визначив винахід Джеймсом Уаттом в 1765 році універсального парового двигуна, а в 1769 році він отримав патент на свій винахід. Це стало

могутнім поштовхом для промислової революції. У промисловості з'явилося надійніше джерело енергії, яке не прив'язувало її до певного географічного розташування, як кінетичні джерела енергії – вода і вітер.

Винахід парового двигуна привів в рух верстати, кораблі, екіпажі і т. і. В 1804 році в Англії виготовлений перший паровоз, в 1807 – пароплав, в 1851 році в Парижі – аеростат з паровим двигуном, в 1887 в Росії – перший гусеничний трактор. Революційним винаходом, що кардинально вплинув на розвиток виробництва, став конвеєр. Зазвичай цей винахід пов'язують з ім'ям Генрі Форда (1863–1947), який першим організував конвеєрне виробництво автомобіля. Але ідея розподілу праці на окремі операції і виконання однотипних виробів за спеціальними лекалами з'явилася набагато раніше. Першим відкрив шлях масовому виробництву складної техніки американець Елі Уїтні в 1801 році, організувавши виробництво мушкетів. Форд розвинув його ідею і поставив на потік виробництво дешевого «народного автомобіля».

Великі відкриття у фізиці і хімії, що належали французьким фізикам Кюрі, англійському вченому Резерфорду і Альберту Ейнштейнові – розробникові теорії відносності, послужили початком нового етапу в розвитку технічних наук, інженерних методів створення нової техніки. Великому винахідникові Томасу Едісону (1847–1931) належить винахід фонографа, телеграфу і так далі – всього 1093 патенти. Двигун внутрішнього згорання – не менш революційний винахід, ніж колесо. Людина отримала компактний і ефективний механізм, здатний приводити в рух найрізноманітніші транспортні засоби.

Отже, застосування в техніці наукових відкриттів, отриманих на межі XIX–XX століть, призвело до створення технічних пристроїв і технологій, які назвали наукоємними і

високими технологіями. Технічний прогрес глибоко увійшов у життя людей і почав впливати на їх світогляд. Проте результати першої промислової революції виявили, що індустріальна продукція значно поступається за якістю продукції ремісничого виробництва з естетичної точки зору. Проти «нестримного наступу машин» виступали багато мислячих людей з високоосвічених верств. Серед таких людей особливо виділялася фігура англійського філософа Д. Рьоськіна (1819–1900). Він відкидав нову машинну техніку, указуючи на те, що з її розповсюдженням росте влада «жадібного капіталу і армія його нещасних рабів», що із зникненням ручної праці люди стають просто придатками машин, позбавляючись радості творчості. Передчуття кризи культури з розвитком техніки зустрічається і у висловах Гьоте: «Ця машинність, що все розширюється, мучить мене і страхає, насувається як загроза...». Відзначав це і Шиллер. У своїх «Листах про естетичне виховання людини» він писав, що одне з найбільших завдань культури полягає в тому, щоб у фізичному і матеріальному оточенні людей форма була підпорядкована естетичним законам, бо тільки з естетичного, а не чисто утилітарного, може розвинути «моральний стан».

У 60–70 роках XIX століття англійський поет і художник У. Морріс (1834–1896) переніс учення Д. Рьоськіна за межі Англії, видавши книгу «Мистецтво і краса землі». Услід за У. Моррісом багато лідерів американського руху «Мистецтва і ремесла» XIX століття почали таврувати вироби машинного виробництва, вважаючи, що вони естетично і морально пеують тих, хто ними користується, і лише ручна праця може створювати естетично повноцінні твори, здатні духовно збагачувати споживачів. Як сказав на початку XX століття В. Маяковський, «техніка розвивається так швидко, що, якщо

не надіти на неї естетичний намордник, вона перекусає все людство».

Дві складові проектної культури – техніка і мистецтво – все далі віддалялися одна від одної, розглядалися ізольовано, протиставлялися одна одній. Однак наприкінці XIX початку XX століття були зроблені спроби з'єднати їх. Ці спроби були достатньо плідними. Почали виникати спеціальні комітети заохочення зв'язку мистецтва і техніки. З 1849 року в Лондоні почав виходити перший спеціальний журнал з естетичних проблем наочного світу «Journal of Desing and Manufactures». В той же час до вживання увійшло поняття «Industrial art» («промислове мистецтво»). Отже, дизайн зароджувався на зламі інтересів машинного виробництва і естетичних установок суспільства (рис. 1).

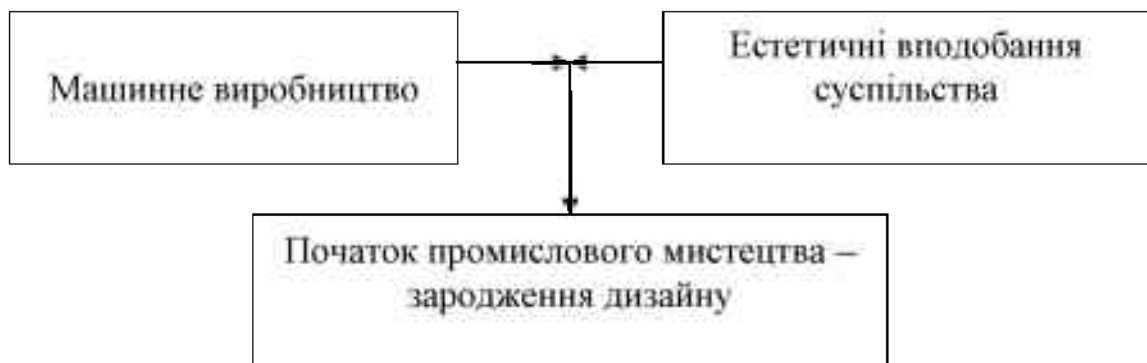


Рис. 1. Джерела виникнення дизайну

Причини появи дизайну лежать в кризовій художній ситуації в галузі формоутворення наочного світу, що склалася в європейських країнах в середині XIX століття, коли індустрія проклала собі шлях до світового панування. Вихід з ситуації, що створилася, був можливий тільки за умови розвитку нового виду діяльності, спрямованого на надання типовій промисловій продукції естетичних властивостей. І першими спробами в цій галузі стали різного роду романтичні проекти-утопії

відродження середньовічних ремісничих традицій. Інше коріння майбутнього дизайну пов'язане з ідеєю раціонального перевлаштування світу, із сприйняттям середовища як об'єкту різнобічного естетичного впливу.

На початку минулого сторіччя європейські країни охопив стиль модерн (у буквальному перекладі – «новий») – стиль мислення формами. Саме модерн сформулював як ідеал і виховав і в художниках, і в людях, що «просто» живуть серед того, що вони створюють, те відчуття форми, яке трохи пізніше зробило можливим дизайн.

Для модерна були характерні живописність, пластичність форм. Не випадково цілий ряд майстрів модерна прийшов в галузь проектування з живопису (Беренс, Берн-Джонс, Ван дер Вельде – на Заході, Врубель, Малютін – в Росії). Саме у модерні стало неможливим розділення елементів будівель на конструктивні і декоративні, тобто конструктивні набули значення декоративних, і навпаки. Всі утилітарні елементи розглядалися як естетично значущі. Це модерн з'єднав в декорі живе і неживе, образотворче і абстрактне.

Впритул майбутні дизайнерські установки і підходи до реальності були заявлені німецькими художніми об'єднаннями «Веркбунд» (1907 р.) і «Баухауз» (1919 р.). У виробничий союз «Веркбунд» входили промисловці, архітектори, художники і комерсанти. Вони керувалися розумінням того, що без органічної ув'язки економічних і естетичних вимог промислового виробництва і технології перемогти на міжнародному ринку збуту Німеччини неможливо. «Веркбунд» з самого початку свого існування поставив декілька завдань: реорганізація ремісничого виробництва на промисловій основі, створення ідеальних зразків для промислового виробництва, боротьба з прикрасою і орнаментизацією. Засновник «Веркбунда» Г. Мутезіус чітко сформулював принцип

«естетичного функціоналізму», згідно якого форма предмету витікає з його єства, будови, технології, призначення. Першим дизайнером по праву вважається П. Беренс, що прийшов в 1914 році на посаду художнього директора фірми. Він послідовно проводив лінію на підпорядкування різноманітної продукції одному принципу – утворення стилю. Практична робота П. Беренса мала величезне значення для формування нового вигляду діяльності – художнього конструювання (дизайну). Діяльність «Веркбунда» була перервана першою світовою війною, що вибухнула в 1914 році.

Але проблема залишилася і після закінчення війни. У 1919 році в невеликому німецькому місті Веймарі був створений «Баухауз» (буквально – «будівельний будинок»), перший навчальний заклад, покликаний готувати художників для роботи в промисловості. Організатором і головним теоретиком «Баухауза» став В. Гропіус, учень П. Беренса. За короткий термін «Баухауз» став методичним центром в галузі дизайну. «Баухаузу» навіть приписують честь винаходу дизайну як способу роботи з річчю. У числі викладачів цього навчального закладу були найвидатніші діячі культури ХХ сторіччя: архітектори Міс ван дер Рое, Ганнес Майєр, художники Василь Кандінський, Пауль Клеє, Піт Мондріан.

Соратники В. Гропіуса шукали універсальні принципи формоутворення – і в пластичних мистецтвах, і в побутовому наочному середовищі. Так вони проектували і житлові будинки, і масову промислову продукцію: тканини, лампи, меблі, і твори декоративного живопису і пластики – розуміючи все це як окремі прояви одного і того ж середовища. За проектом самого Гропіуса було збудовано будівлю резиденції «Баухауза» в Дессау. В останні роки існування школи на її чолі став комуніст Г. Майєр, після його уходу в 1930 році – Міс ван дер Рое. У 1932 р. «Баухауз» переїхав до

Берліна і в 1933-му був закритий нацистами. Г. Майєр виїхав разом з групою викладачів до Росії. Багато хто з них влився у викладацький склад московських державних вищих художньо-технічних майстерень (ВХУТЕМАС), утворених в 1920 році за наказом В. І. Леніна.

Дизайн – це спосіб відновити культурну рівновагу, втрачену з вторгненням сучасного машинного виробництва. Саме тому красу почали шукати у власних, функціонально обумовлених, формах предмету. «Баухауз» формував обличчя європейського дизайну цілих три десятиліття – з 20-х по 50-і роки минулого століття.

У 1937 році співробітники «Баухауза», і сам В. Гропіус, емігрували в США, де вони «пересадили» ідеї і принципи свого дизайну на американський ґрунт. Цьому сприяла Велика депресія, що охопила Америку в 30-і роки ХХ століття. В цей час виробники товарів зіткнулися з труднощами під час їх продажу. Бізнесмени почали наймати художників, графіків для надання товарам привабливого зовнішнього вигляду.

У період кризи виробники почали приділяти велику увагу дизайну своєї продукції. Яскравий приклад тому Г. Форд, який, зіткнувшись з насиченням ринку і конкуренцією з боку «Дженерал моторс», припинив випуск знаменитих автомобілів моделі «Т» і витратив 18 мільйонів доларів на переоснащення підприємств для випуску нової витонченішої моделі «А».

Саме за часів кризи сформувався той контекст, в якому стало можливим виникнення дизайну в його сучасному розумінні як професійного формування зовнішності промислових виробів з метою їх подальшого збуту. У зв'язку з цим стрімкий зліт дизайнерської діяльності припав головним чином в Америці на 20–30-і роки. Він виявлявся, перш за все, у вигляді комерційного дизайну або «індустріального мистецтва». На кожному підприємстві створювалися спеціальні

групи, які вирішували дизайнерські завдання, – це так званий штафф-дизайн. Створювалися також незалежні дизайнерські фірми, які виконували окремі замовлення.

Отже, дизайн виник на перетині трьох смислових галузей, трьох типів культурних дій: мистецтва, масового промислового виробництва і масової повсякденної свідомості, втіленої наочно.

Суперечливе відношення до дизайну складалося в Росії. Через слабо розвинене виробництво і повну відсутність конкуренції дизайн в країні не вирішував і не приймав цілей, що панували в буржуазному суспільстві. Наведемо цитату з радянського підручника: «Кінцева мета американського дизайну – ринковий успіх, перемога над конкуруючими фірмами. Цим можна пояснити швидко змінювані моделі одного і того ж за сутністю пристрою, виробництво маси зовсім непотрібних речей».

У Росії дизайн-освіта формувалася до 1922–1923 років. Створювалася нова спеціальність, з'являлися цінні методичні розробки. Керівники розглядали підготовку художника-виробничника як синтетичне завдання виховання всебічно і гармонійно розвиненого працівника нового суспільства. Випускники Вхутемаса: архітектори, мистецтвознавці, художники ставили перед собою завдання – злиття свого мистецтва з новим життям, бачили метою розвитку мистецтва входження його в промислове виробництво. Але, не дивлячись на щире бажання включитися у виробниче життя і принести своєму народу конкретну користь, вони стояли дуже далеко від реальних завдань того часу. Їх проекти були багато в чому утопічні, спрямовані на руйнування старої культури і створення мистецтва майбутнього.

Одними з найцікавіших представників цієї течії в мистецтві, так званого конструктивізму, були В. Татлін (1885–

1953), А. Родченко (1891–1956), Л. Попова (1889–1924). В. Татлін став автором орнітоптера «Ле-татліна» (для польоту людини за допомогою мускульної сили). А. Родченко захоплено працював над створенням речей, заснованих на принципі, який дозволяв «розвернути предмет в його роботі на велику площу і компактно скласти його по закінченню роботи». Л. Попову однією з перших назвали художником-конструктором і вона стала першим радянським дизайнером, що прийшов безпосередньо на виробництво. Там вона створювала абсолютно нові малюнки тканин і раціональні моделі суконь з цих тканин. Проте реальні контакти з виробництвом тих часів налагоджувалися з величезними труднощами. Тому для Л. Попової головним експериментальним полем виявився театр. У рік її смерті у пресі констатовалося, що «художниця зробила пробоїну в тій китайській стіні, яка існувала між промисловістю і мистецтвом».

Розвиток дизайну в Росії відбувався з великими труднощами. Це було викликано тим, що промисловість, народне господарство тільки ставали на ноги, масового або навіть серійного випуску виробів майже не було, вироби випускалися одиницями, а часто і зовсім залишалися в кресленнях. 20–30 роки умовно можна назвати часом «унікального дизайну». Найбільш значними досягненнями дизайну того часу були: Московський метрополітен і дирижаблебудування. І лише на початку 40-х років дизайн почав проникати в галузь культурно-побутових виробів, але і цей розвиток був перерваний другою світовою війною.

У повоєнні роки радянський дизайн був спрямований на машинобудування, і лише в 1962 році вийшла ухвала уряду «Про поліпшення якості продукції машинобудування і товарів культурно-побутового призначення шляхом впровадження

методів художнього конструювання». Таким чином, дизайн як сфера діяльності і основа промислової культури в Радянському Союзі почав розвиватися у другій половині ХХ століття. Звідси явне відставання від дизайну США, Німеччини, Англії і т. і.

Цілі дизайну, визнані в західних країнах вже в 20-х роках ХХ століття, в нашій країні окреслилися лише в останні 30 років, коли впала «залізна завіса» і товари імпортного виробництва почали поступати на вітчизняний ринок. Малорозвиненим вітчизняним підприємствам довелося вступити в конкурентну боротьбу з розвиненими західними фірмами. Особлива роль в цій боротьбі належала і до цих пір належить саме дизайну, використанню його сучасних підходів.

Для практики дизайну характерним є створення промислових виробів з високими споживацькими властивостями. Це також окремі приклади успішного використання художнього конструювання для підвищення ефективності діяльності людини в екстремальних умовах (освоєння космосу, Світового океану і т. і.). Однією з найважливіших сфер застосування художнього конструювання в 1960-70-х роках стало створення так званого фірмового стилю для великих промислових підприємств і корпорацій, який охоплює продукцію, упаковку, рекламу, транспорт, одяг персоналу, архітектуру будівель, об'єднуючи їх загальними художніми ознаками. Фірмовий стиль нерідко відрізняється високим естетичним рівнем, проте такого роду рішення диктуються в основному рекламно-комерційними міркуваннями.

1.2. Дизайн у сучасному світі

Сучасний дизайн – це різновид художньо-проектної діяльності, що охоплює створення промислових виробів і раціональне формування цілісного наочного середовища. Це

проектування і створення людиною красивих, корисних і зручних речей. Термін «дизайн» (художнє конструювання) сьогодні уживається для характеристики процесу художнього або художньо-технічного проектування, результатів цього процесу – проектів (ескізів, макетів і інших візуальних матеріалів), а також здійснених проектів – виробів (одягу і взуття і ін.), об'єктів поліграфічної продукції і ін.

Дизайн об'єднує два аспекти: 1) утилітарний, що забезпечує задоволення практичних життєвих вимог і включає в себе технічну досконалість, технологічну доцільність, економічну і ергономічну ефективність; 2) естетичний, що відображає потребу в прекрасному, гармонійному, в художньо оснащеному середовищі, який обумовлює позитивність емоцій, естетичну виразність, художню образність, знакову асоціативність

Щодо визначення сутності і сфери застосування дизайн (художнє конструювання) – це творча проектна діяльність, спрямована на удосконалення оточуючого людину навколишнього середовища, створюваного засобами промислового виробництва. Це досягається шляхом приведення в єдину систему функціональних і композиційних зв'язків предметних комплексів і окремих виробів, їх естетичних і експлуатаційних характеристик. Художнє конструювання – невід'ємна складова частина сучасного процесу створення промислової продукції, призначеної для безпосереднього використання людиною; воно здійснюється в творчому контакті з інженерами-конструкторами, технологами та іншими фахівцями і покликане сприяти найбільш повному задоволенню вимог споживача і підвищенню ефективності виробництва (рис. 2).

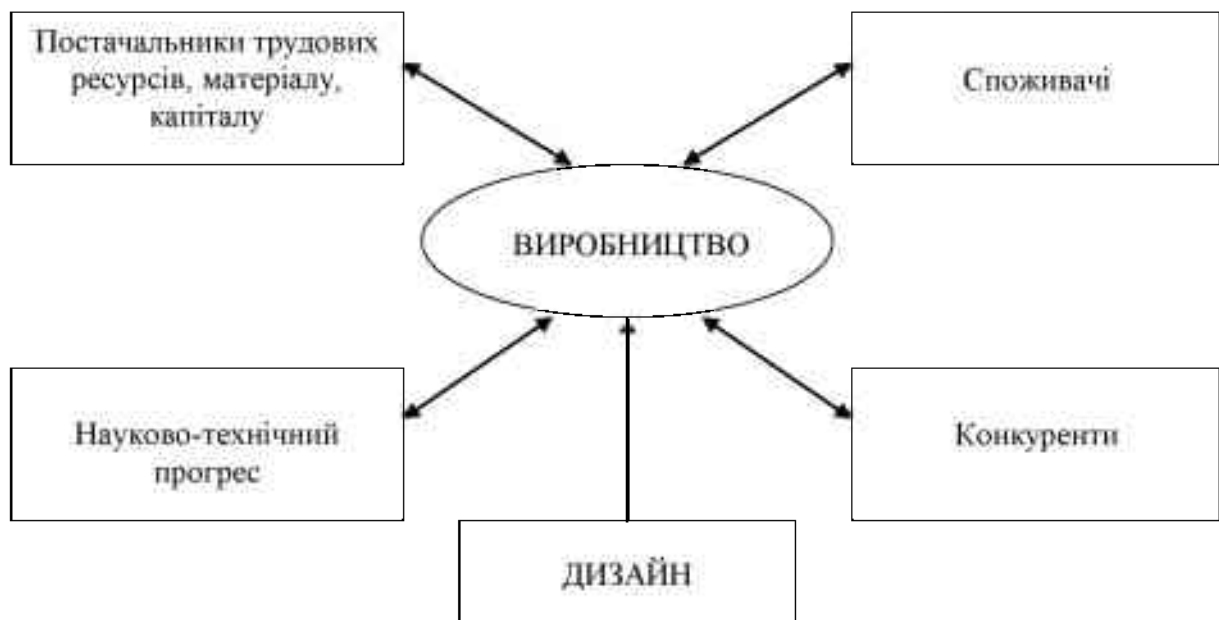


Рис. 2. Місце дизайну в промисловій культурі

Аналіз становлення і розвитку дизайну дозволив виділити декілька етапів, для яких характерні певна мета і завдання, що стоять перед ним в різні періоди його розвитку.

Конкуренція в умовах ринкових відносин стала чинником формування дизайну як феномена і як професійної діяльності. Дизайн, виникнувши в умовах однорідного масового виробництва, орієнтований на збут цього однорідного. Комерційний дизайн ставить і вирішує завдання найконкретніші і утилітарні: добитися того, щоб люди купували товар. А тому він акцентований на переваги та очікування споживчої аудиторії. На світовому ринку, де технологія, вартість виробництва і обслуговування приблизно однакові, тільки дизайн здатний виділяти вироби серед інших подібних їм.

Крім конструювання виробів, дизайнери надають вагому допомогу підприємству, спрощуючи і прискорюючи виробничий процес. Це особливо важливо в умовах конкуренції.

Дизайн нерідко трактують як роботу над зовнішньою формою промислових виробів. Це принципово невірно. Предмет споживання, будь то прилад, верстат або сукня, – цілісний, складний комплекс, і механічно поділяти його на форму і конструкцію не можна. Досвід показує, що проектування промислового виробу лише тоді дає добрі результати, коли конструктор, технолог і дизайнер працюють в тісному творчому контакті, причому кожен фахівець з розумінням відноситься до завдання іншого.

Теоретичну основу дизайну складають закони і засоби композиції, які визначають методи проектування костюма. Створення костюма належить до галузі мистецтва. Люди намагаються мати в своєму гардеробі одяг практичний, теплий і зручний, одночасно висуваючи до нього вимоги естетичного плану: він повинен бути красивим, модним, підкреслювати позитивні риси зовнішності людини. Це дає нам всі підстави віднести одяг до об'єктів художнього конструювання.

2. ДИЗАЙН КОСТЮМА

2.1. Костюм як об'єкт дизайну

Дизайн костюма – це мистецтво створення костюма як утилітарної речі і художнього твору. Теоретичною основою дизайну костюму є художнє проектування одягу.

Серед інших утилітарних речей, що складають матеріальне середовище життєдіяльності людини, костюм є найскладнішою і найбільш тонко організованою структурою, бо він багатofункціональний, завдяки чому знаходиться в тісному взаємозв'язку зі всіма предметними і непередметними елементами людського середовища, і з самою людиною – її володарем, і з суспільством – як продукт його культурних, соціальних і економічних можливостей. Крім того, костюм мобільний, схильний до частоті зміни форм, і дизайн повинен орієнтуватися на проектування нових функцій і якостей одягу відповідно до змінюваних потреб і способу життя людей. При всьому різноманітті завдань, що стоять перед костюмним дизайном, його специфіка визначається головним чином тим, що об'єктом прикладення його зусиль є людина, причому не абстрактна, а конкретна особистість із своїми властивими тільки їй особливостями. Костюм утворює з людиною зорев ціле і, виконуючи закладені в нього фізичні функції, повинен відповідати статевій приналежності свого власника, його віку, а також індивідуальним особливостям його зовнішності і характеру. Якою б вільною не була фантазія художника-дизайнера під час пошуку нової форми проектованого костюма, вона завжди повинна підкорятися вимогам доцільності, продиктованим як самою фігурою людини, так і функціональним призначенням костюма. Іншими словами, мета проектування – створити костюм, в якому людина відчуватиме

себе розкуто, невимушено, приємно. Сучасний костюм повинен відрізнятися витончено-урівноваженими пропорціями, геометричною чіткою конструкцією, відповідати вимогам життя, практиці і естетиці нашого часу.

Дизайн одягу як елемент проектної культури спрямований сьогодні на формування нових естетичних потреб, нової культури споживання і, зрештою, на формування гармонійної особистості. Нове розуміння взаємодії людини і одягу, при незаперечному пріоритеті для дизайнера людини, що носить одяг, висуває на перший план можливість самореалізації людини. Це виявляється в демократизмі сучасної моди, що пропонує велику різноманітність стилів, форм, силуетів, з яких кожний може вибрати те, що підходить саме йому, дає можливість споживачу брати участь в творчому процесі створення костюма. Багатофункціональність предметів одягу, їх різноманітність, форми, що трансформуються, елементи, що пристібаються, передбачають простір для фантазії споживача, який може носити одяг так, як йому хочеться, постійно змінювати свій імідж. Таким чином, сам процес споживання може перетворюватися на розвагу, в творчість, що викликає позитивні емоції, доставляє радість. Ця концепція зміни ролі одягу в сучасному світі шляхом створення одягу, що несе радість в «сірі будні» повсякденного життя людини, підтримується багатьма провідними дизайнерами.

В цьому ж руслі відбуваються розробки в області неотехнологічного дизайну – дизайну кольору і світла, запахів, звуків. Створюється одяг з світловими ефектами, із запахами, з тканин з рідкими кристалами, що змінює колір залежно від освітлення або від температури тіла людини, і навіть одяг, який звучить.

Особливе місце в проектуванні одягу займає етнічний стиль, який давно вже адаптував для сучасного одягу форми

костюма різних народів світу. Сьогодні розробка концепції використання національного костюма ведеться за двома напрямками. З одного боку, дизайнери звертаються до традицій матеріальної і духовної культури регіону, прагнучи відтворити образи людини, які відповідають даній етнокультурній традиції. З другого боку – звернення до культурних традицій інших народів. Нашарування безлічі традицій дозволяє проектувати новий одяг, відмінний від традиційного європейського і від етнічного.

Так, регіональний дизайн ставить перед собою завдання створення одягу, відповідного кліматичним і природним умовам даного регіону, а також традиціям формоутворення і відношення до матеріалів, виходячи з того, що костюм є дуже важливим елементом традиційного способу життя, оскільки відображає світосприйняття даного етносу. При цьому сучасні дизайнери не йдуть по шляху простого копіювання, а намагаються на новому рівні відтворити національні образи, відповідні одночасно і традиції, і новому способу життя сучасної людини.

Наочний приклад цьому можна знайти в роботах японських модельєрів, на творчість яких, поза сумнівом, впливає більш ніж тисячолітня історія японської культури. Не йдучи шляхом запозичення з традиційного одягу конкретних форм, вони спираються на загальні принципи створення національного костюма, традиції художньої творчості, використовуючи, перш за все вільний крій, характерний для японського і взагалі східного костюма. Ця особливість східного одягу привертає увагу своєю простотою, зручністю і універсальністю. Такий крій підходить всім, не деформує тіло, зберігаючи вільний простір між тілом і одягом. Моделі, створювані японськими дизайнерами, відрізняє свобода і комфорт, можливість трансформації їх в процесі носіння. Якась

незавершеність, характерна для японської художньої традиції спонтанність, дає можливість людині вільно трансформувати свій одяг в процесі її експлуатації, імпровізувати, тобто брати участь в творчому процесі. Вміло асимілюючи різноманітні впливи, відбираючи лише те, що не суперечить, а органічно доповнює власну культуру, японські модельєри створюють абсолютно новий одяг, який сприймається як одяг майбутнього, адресований всім людям незалежно від їх національності.

Цікавий також досвід скандинавських дизайнерів, які створюють нові моделі одягу на основі багатотисячолітньої традиції своїх народів. Цей напрям в дизайні сучасного одягу отримав назву «неонордизм».

В дизайні сучасного одягу присутній вплив багатьох національних культур, оскільки плюралізм смаків сьогодні означає і рівноправність естетичних ідеалів. Звертаючись до культурних традицій різних народів, використовуючи будь-яку деталь, елемент декору, збільшений або деформований орнаментальний мотив, крій або колірну гамму будь-якого національного костюма, дизайнер прагне створити абсолютно новий образ.

Звернення дизайнерів різних країн до традицій в одязі як народів своїх країн, так і інших народів сьогодні викликано потребою в посиленні гуманістичного підходу до проектування людського середовища.

Небайдужість суспільства до екологічних проблем знаходить своє віддзеркалення і в дизайні одягу. Вперше екологічна тема була заявлена дизайнерами одягу наприкінці 1970-х – початку 1980-х років. Вони запропонували «екологічний стиль»: одяг з натуральних, переважно лляних і бавовняних тканин, природні кольори, з оздобленням ручної роботи і т. і.

Сьогодні, у зв'язку з усвідомленням небезпеки прискорення темпів зростання споживання, яка уразила західне суспільство в другій половині ХХ століття, породження все нових потреб і їх задоволення в збиток природним системам, назріла необхідність зміни системи цінностей і пріоритетів, зниження об'ємів споживання, вироблення нового стилю споживання, екологізації виробництва, спрямованого на економію природних ресурсів.

Гармонізувати відносини людини з навколишнім світом покликане «екологічне проектування» всіх предметів матеріального середовища, у тому числі і одягу.

В дизайні одягу це виявляється в декількох напрямках. По-перше, відбувається перегляд можливостей використання як натуральних, так і штучних матеріалів. Пропонується відмовитися від застосування тих штучних і синтетичних матеріалів, які негативно впливають на здоров'я людини (викликають алергію, накопичують статичну електрику), виробляються неекологічними способами і практично не асимілюються з навколишнім середовищем. Альтернативою таким штучним і синтетичним матеріалам можуть стати нові матеріали з новими експлуатаційними властивостями, які володіють здатністю саморозкладатися і виробництво яких відбувається з використанням нешкідливих і безвідходних технологій, а також традиційні натуральні матеріали: льон, бавовна, шовк, вовна.

Нагальна необхідність захисту зникаючих видів тварин і птахів вимагають заміни натуральних хутра, шкіри на штучні (особливо це відноситься до хутра рідкісних тварин, пир'ям екзотичних птахів, занесених в Червону книгу).

По-друге, йде пошук економії природної сировини для виробництва матеріалів. В цьому напрямі дизайнери займаються проблемою регенерації відходів, повторного

використовування сировини, пропонуючи безліч варіантів її рішення: від вторинного застосування до продовження терміну життя вживаного одягу («секонд хенд»).

Робляться спроби використання для одягу промислових відходів і побутового сміття. З'являється так званий «сміттєвий дизайн», який поки має мало загального з масовим виробництвом одягу. Часто на демонстрації колекцій молодих дизайнерів можна побачити моделі одягу, виконані з банок з-під пива, пластикових пляшок, поліетиленових пакетів або темно-зелених пробок, старих газет, коробок з-під прального порошку. Цікавим в цьому відношенні є використання текстильних клаптиків. Клаптикова техніка шиття відома багатьом національним культурам. Наприклад, в Англії, Північній Америці, Росії мали розповсюдження клаптеві ковдри. Протягом всього ХХ століття періодично виникало захоплення цим видом рукоділля, і будинки наповнювалися подушечками й іграшками, виконаними з шматочків тканини. Промислове виробництво одягу також давно вже використовує цю техніку для виготовлення з обрізків шкіри або хутра доброякісного верхнього одягу і головних уборів.

По-третє, ведуться розробки, спрямовані на продовження терміну користування одягом. Класичними в цьому відношенні є вироби з трикотажу, оскільки універсальна річ може замінити собою безліч інших, тим самим відбувається мінімізація гардероба і, як наслідок, зниження об'єму споживання.

Одним з шляхів боротьби з надмірним виробництвом, на думку прихильників «альтернативної економіки», може стати будь-яке виробництво, що базується на досконалій технології, яке забезпечує мінімальні втрати сировини, і дрібносерійне виробництво, що враховує конкретні потреби невеликих груп людей. Ця концепція орієнтації на виготовлення невеликих

партій виробів співзвучна сучасному різноманіттю стилів, диференціація проектування. Такий підхід до проектування дозволяє відійти від одноманітності масового серійного виробництва і, як це не парадоксально, створити менш марнотратне і більш екологічне виробництво одягу.

2.2. Особливості проектування одягу

Однією з головних особливостей дизайнерської діяльності є її інноваційність: проектуються нові функції і якості одягу, його нові форми, виникнення яких обумовлено, з одного боку, змінними потребами суспільства і модою, а з іншого боку – появою нових матеріалів і технологій в легкій промисловості.

Процес створення нової речі можна представити у вигляді наступної схеми: передпроектна ситуація – проектування – виробництво – споживання.

Вже на стадії маркетингу починається передпроектний аналіз. Такий аналіз передбачає перш за все вивчення попиту, визначення модних тенденцій, оскільки початковий пункт дизайнерської діяльності – потреби людини і суспільства. Всебічне урахування суспільних потреб в нових речах і тенденції в розвитку моди на них взаємозв'язані. Вивчаючи структуру і характер діяльності людини або соціальної групи, її предметне середовище, умови її життя, можна визначити перспективи розвитку потреб суспільства. Отримана за допомогою опитів інформація дає можливість прогнозувати майбутню моду. Можна відзначити, що деякі західні фірми, які серйозно займаються питаннями прогнозування моди, мають в своєму штаті фахівців, яких називають «тренд-скаутами». В їх обов'язки входить вивчення стихійної вуличної моди шляхом відвідування модних «тусовок» (нічних клубів, дискотек), місць

скупчення великої кількості людей (стадіонів, торгових центрів, концертів з молодіжною аудиторією) і виявлення новітніх тенденцій, наприклад нетрадиційних способів носіння одягу, поєднання елементів, переваги певних стилів.

Джерелом інформації про майбутні модні тенденції поза сумнівом є покази колекцій тих дизайнерів одягу, яких вважають авангардистами в моді. Правда, не все, що демонструється на подіумі, буде визнане суспільством, але в той же час інколи фактичним поштовхом до зміни і розвитку потреб в нових речах, до виникнення нової модної тенденції, служить не що інше, як сама поява нових речей, демонстрація нових модних пропозицій. Відомо, що попит народжує пропозицію, але без певної частки пропозиції не може виникнути і попиту. Іншими словами, людські потреби не можуть розвиватися самі по собі, незалежно від їх предметної реалізації.

Дослідження і визначення функцій майбутньої речі, дослідження способів її використання припускають також порівняння з аналогом майбутнього виробу, тобто вже існуючого, схожого з проєктованим за функціональним призначенням, принципом дії, умовами застосування. Такий порівняльний аналіз дозволяє виявити недоліки попередніх аналогів і в подальшому попередити їх появу в новому виробі.

В сферу передпроектної дизайнерської діяльності входить технологічний аналіз: дослідження матеріалів і можливих способів виготовлення майбутнього виробу. При цьому слід зазначити, що сучасна промисловість, володіє гнучкістю, мобільністю і здатністю швидко перебудовувати свою структуру, коли виникає необхідність в цьому, тобто, коли змінюються вимоги до типу, об'єму або якісних показників продукції, що випускається, або з появою нових матеріалів. Тому дизайнер деколи, проєктуючи абсолютно

новий виріб з якими-небудь незвичайними функціями, спонукає технологів до пошуку нових способів обробки, нових технологічних процесів.

На основі проведеного аналізу виробляється творча концепція, тобто основна ідея, смислова спрямованість мети, завдань і засобів проектування. Впорядкування проектних відомостей, відібраних під час дизайнерського аналізу, і з'єднання їх в єдине ціле призводить до виникнення проектного образу.

При визначенні концепції і виробленні проектного образу відбувається урахування наступних чинників формоутворення: функціональні (відповідність майбутнього виробу основному призначенню), ергономічні (співвідношення виробу з людиною, забезпечення оптимального комфорту), технічні (вибір матеріалів, конструктивного рішення, технологічного циклу). Технічні чинники тісно пов'язані з економічними, оскільки при проектуванні моделі для промислового виробництва необхідно враховувати забезпечення продуктивного використання устаткування на підприємстві, економію матеріалу і способи здешевлення виробничого процесу.

Отже, на стадії проектування відбувається урахування всіх чинників, що визначають формоутворення костюма.

З вироблення творчої концепції проектування і визначення проектного образу починається основна стадія проектування – створення нового зразка одягу із заданими властивостями.

Створений в уяві дизайнера прообраз майбутньої речі реалізується в ескізі – в макеті – в моделі, доповнюється описами вигляду і способу практичного використання.

При цьому роль дизайну в проектуванні одягу для промислового виробництва полягає в прогнозуванні «типу споживання», створенні системи типів з можливістю змін в

просторовій структурі, в способах використання для різних фігур.

Таким чином, виріб перетворюється на систему, набуваючи здібність до розвитку і перебудови, чому неабиякою мірою сприяє стандартизація і уніфікація вузлів і деталей. На основі вже наявних стандартних вузлів і деталей проектується принцип формоутворення, задаються фази розвитку і періоди, межі розвитку форми, визначаються границі системи.

Розробляючи нові напрями розвитку тенденцій моди, створюючи нові форми одягу, дизайнер перш за все прагне розв'язати проблему її комфортності, максимальної функціональності, естетичності і гармонійного злиття людини з навколишнім середовищем.

У пошуках створення естетично цілісного об'єкту, його гармонізації дизайнер вдається до таких методів моделювання, як конструктивне і перспективне. Конструктивне моделювання передбачає видозміну функції, а відповідно до цього і форми виробу. Воно може бути корективним, коли удосконалюються функції і форма речі; перехідним, що полягає в переосмисленні функцій, структури і форми речі з метою надання їй нових якостей; проєктивним – створення нових функцій і форми речі. Новим в системі дизайнерського моделювання є перспективне моделювання, або проєктне прогнозування, спрямоване на вивчення перспектив розвитку суспільства і розробку проєктів, пов'язаних з цими перспективами.

Одним з методів проєктування одягу в дизайні є макетування. Макет – це матеріальне просторове зображення проєктованого об'єкту. В дизайні одягу макет створюється методом муляжу і наколкою (додаток 1).

Естетично цілісний образ моделі створюється при наступних підходах до формоутворення: комбінаторних, аналогових і образно-асоціативних.

3. ОБРАЗНО-АСОЦІАТИВНІ ОСНОВИ ТВОРЧОСТІ ДИЗАЙНЕРА

3.1. Художній образ в дизайні одягу

Дизайн як діяльність являє собою художню творчість, оскільки вищою формою вираження художньої творчості є створення творів, що прокладають нові шляхи в мистецтві. Мистецтво створення костюма має на меті змінити людину, допомогти їй створити певний образ, що відповідає або її власному уявленню про себе, або образу, до якого вона прагне, або незвичайному образу, розширюючи рамки її повсякденності.

Весь світ – театр, а люди в ньому актори, які, граючи різні ролі, удаються до допомоги костюма. Сам процес споживання сьогодні перетворився на розвагу. Людині як покупцеві модного одягу подобається сам процес купівлі. Приміряючи різні вироби, вона як би «входить» в різні образи, щоб вибрати для себе найбільш вдалий з її точки зору.

Дизайнери залучені до цього процесу споживання і, слідуючи бажанням споживача, пропонують величезний вибір образних рішень костюма. Мода на подіумі стає грою уяви та фантазії. Будинки високої моди і прет-а-порте створюють цілий театр образів, де елегантність межує з екстравагантністю, гротеск з трагізмом, а гумор лише відтіняє еkleктизм сучасної моди, дозволяючи з'єднувати непоєднуване. Причому основним критерієм створення образу тут є новизна і виразність. І яскрава образність досягається не лише композицією самого костюма, але й усім комплексом засобів створення ансамблю: одягом, взуттям, головним убором, доповненнями, макіяжем, зачіскою, прикрасами.

Виносячи на суд глядачів свої ідеї, дизайнери не обмежуються створенням одиничних ансамблів, а створюють серію ансамблів, розроблених за задуманим сценарієм, де кожен ансамбль наділяється своїм образно-смісловим змістом. Така серія ансамблів, що є системою взаємозв'язаних і взаємообумовлених образів, складає колекцію.

Створювані модельєрами художні образи не виникають на порожньому місці, вони породжені запитом суспільства, його смаками і потребами. Творче рішення завдань можливо тільки тоді, коли в ході розвитку суспільства дозріли умови для їх вирішення. Те нове, що виникає в результаті творчості дизайнера, – художній образ – є віддзеркаленням дійсності в мистецтві з точки зору певного естетичного ідеалу. При цьому усе достовірно нове в мистецтві народжується на основі спадкоємності кращих досягнень вже створеного, і художню цінність костюм передає тоді, коли знаходиться в гармонії з образом людини і місцем її існування. Отже, художній образ в дизайні одягу – гармонійна єдність образу людини і костюму в певному середовищі.

Як бачимо, образність костюма – поняття складне. Так, деякі вчені визначають три типи образного вирішення костюма.

1. Суспільно-символічне рішення костюмів, при якому образність досягає вищої міри узагальнення і надає особливу значущість. Такі костюми перетворюються в символи Батьківщини, народу, часу.

2. Образ-картинка, де образність виступає в бутафорсько-театралізованому плані.

3. Асоціативний образ, де образність в рішенні костюма є присутньою так делікатно, що він сприймається цілком життєвим, сучасним.

3.2. Джерела та особливості творчості дизайнера

«Все, що я знаю, бачу і чую, все в моєму розумінні перетворюється на сукні», – сказав якимось Крістіан Діор. У цих словах укладено весь сенс образного мислення, яке відрізняє художника. Образне мислення – основа художньої творчості.

Будь-яка творчість вченого, винахідника або художника являє собою складну психологічну діяльність людини і перш за все розумову, в результаті якої виникають нові ідеї, теми, речі, тобто відповідні продукти, що стають надбанням суспільства, доступні сприйняттю, розумінню і оцінці інших людей.

Передумовою до творчої роботи мислення є взаємодія людини з навколишнім світом, тому що саме людське мислення – психологічний процес, завдяки якому людина відображає предмет і явища навколишньої його дійсності, істотних ознак, розглядає різноманітні зв'язки, існуючі в них і між ними. В результаті аналізу та синтезу, тобто в розкладанні конкретних явищ на ознаки і об'єднаннями подібних ознак, виникають елементарні асоціації. Це і є народження думки. Елементарні асоціації потім складаються в більш складні ланцюги асоціацій, утворюючи більш розвинені і складні думки.

Своєрідність художнього мислення, що відрізняє його від наукового, полягає в тому, що його результати виявляються не в логічних висновках, а в конкретних образах. На цю особливість мистецтва вказував ще Белінський.

Порівнюючи вченого-мислителя і художника, він зазначав, що «один доводить, а інший показує, і обидва переконують, тільки один – логічними доказами, інший – картинами». Відмінність мистецтва від науки не в змісті, а в способах переробки даного змісту. Філософ говорить

силлогізмами, тобто висновками, вчений – поняттями, а художник – образами і картинами про одне й те ж саме.

Неможливо стати художником, лише вивчивши закономірності художнього оформлення і оволодівши необхідними технічними навичками. При певній вправності кожна людина може навчитися, наприклад, малювати або писати, передавати за допомогою малюнка або письма видимі об'єкти, явища та інше, але щоб стати художником або письменником цього замало. Крім технічного вміння художник повинен мати творчий дар, який виражається насамперед у здатності мислити художніми образами.

Мислити образами – це значить конкретно (образно) відтворювати, сприймати зміст предметів, понять, думок з жвавістю і яскравістю, властивим уявленню, яке виникло в результаті асоціацій, в яких використовується життєвий досвід і творчий дар художника.

Для повного розкриття цього дару надзвичайно важливе виховання певних навичок, що розвивають спостережливість, уяву і саму здатність мислити образами.

У свідомості художника виникають уявлення раніше сприйнятих (бачених) предметів, явищ, які мають ряд відмінностей від безпосереднього сприйняття. В уявленні предмети, явища володіють не тільки наочністю, конкретністю. Вони в якійсь мірі є узагальненими образами реальної дійсності. Здійснюється певний відбір найбільш характерних важливих властивостей і ознак предметів чи явищ. Другорядні ознаки і властивості, які не мають у даний момент істотного значення, так би мовити побічний продукт пасивного сприйняття, відкидаються, залишається в глибинах пам'яті. Згодом цей матеріал може як би несподівано спливати в пам'яті художника в потрібний момент і виявитися досить корисним у вирішенні творчого завдання. Ця особливість уявлення, його

узагальненість і в той же час конкретність, і є те основне, що характеризує творчість художника.

Образні уявлення стають основою фантазій, вигадки, які є результатом довільних комбінацій окремих частин, якостей, властивостей раніше сприйнятих предметів, явищ.

Для дизайнера по костюму розвинена фантазія має взагалі особливе значення, так як йому потрібно не просто передати те, що він бачить перед собою, висловивши при цьому своє враження і відносини, як, наприклад, пейзажист, а створити ескіз нового, ще не існуючого костюма.

У пошуках максимально виразної форми майбутнього костюма дизайнер не може покладатися тільки на свою інтуїцію, натхнення, адже йому необхідно також враховувати безліч факторів, що визначають життєздатність його творіння, бо костюм при всій його художній значущості являє собою утилітарну річ, яка повинна бути максимально зручна, функціональна, в руслі тенденцій сучасної моди, і до того ж рентабельна, тобто відповідати всім вимогам, що висуваються до продукції промислового виробництва.

Отже, дизайнеру потрібне цілком усвідомлене звернення до предметів і явищ навколишньої дійсності, спостереження і вивчення, аналіз і відбір вихідного матеріалу для подальшої творчої роботи.

Усвідомлене і цілеспрямоване звернення до творчого джерела може мати місце як при визначенні форми майбутнього костюма, так і при виборі фактури і кольору.

Творча робота по створенню нового типу костюма на основі вже обраного конкретного джерела, як правило, включає кілька прийомів:

-виокремлення з цільного образу предмета будь-яких його властивостей;

-з'єднання виокремлених властивостей;

- посилення або послаблення властивостей або якостей;
- перенесення цих властивостей або якостей на об'єкт творчості.

Отже, передумовою до творчої роботи є взаємодія художника з оточуючим його світом. І чим різноманітнішою є ця взаємодія, тим більше виникає стимулів для руху думки, ширшою стає можливість асоціативної роботи мозку.

Взаємодія митця з навколишнім його світом виявляється у вивченні ним природи, різноманітних форм та явищ прекрасного, у вивченні об'єктів матеріальної і духовної культури людського суспільства. Це являє собою раціонально усвідомлений бік творчого процесу в пошуках образу майбутнього костюма. Одночасно з цим процесом у творчій діяльності художника відбувається інший, ірраціональний, неусвідомлений процес, який ще називають інтуїцією. Він не підлягає логічному осмисленню, непослідовний, але в критичний момент творчості саме він надає в розпорядження усвідомлення, раціональний матеріал, котрий раптом спливає, як з небуття, з глибин пам'яті, створюючи враження миттєвого осяяння.

У роботі дизайнера костюму творчими джерелами можуть бути будь-які явища природи, події в суспільстві, предмети дійсності, які його оточують.

Поштовхом до виникнення ідеї можуть стати і блиск льоду, і краплі дощу на склі, і морозні малюнки на вікні, і форма калюжі на асфальті, і помах пташиного крила, і будь-яка архітектурна споруда, і незвичайна старовинна ваза, і історичний або національний костюм і т. і. (додатки 2, 3).

У залежності від творчого потенціалу дизайнера контакт з тим чи іншим джерелом виникає або відразу, або в результаті ретельного вивчення останнього.

Вивчення джерела творчості з метою його трансформації в нові лінії і форми одягу відбувається і кількісно і якісно, тобто джерело досліджується візуально, аналізується, систематизуються його ознаки; потім необхідна або необхідні ознаки виділяються і беруться за основу роботи над ескізами.

У роботі над джерелом, і в роботі над костюмом, і у спілкуванні з тими, кому художник призначає свій твір, він користується мовою ліній, кольору і фактури тканини, способів формоутворення костюма. Різноманіття форм костюма та їх вплив на наше сприйняття залежить від характеру ліній, що описують форму або будують її внутрішнє конструктивне рішення. На всіх стадіях творчості – подумки, на папері, в тканині – художник повинен бачити лінію силуету, бо вона завжди неперервна, в той час як конструктивні лінії можуть бути переривчастими і неперервними. Лінії – це абетка модельєра в ескізній роботі і в роботі з матеріалом. У прямих, вертикальних, горизонтальних, похилих, кривих – ламаних або плавних – різний характер: вони то напружені, то м'яві, то суворі, то вільні, витончені. Від того, в якому порядку, в яких поєднаннях їх застосує дизайнер, залежить художність форми костюма.

Лінії силуету, елементи форм і деталей в поєднанні з правильно обраною тканиною і кольором створюють художній образ костюма, і як джерело художник, у пошуках натхнення, використовує лінії, колір, організовує фрагменти у ціле.

Природа як джерело творчості

«У світі все взаємно обумовлено. Існують закони, що поєднують весь світ в єдине ціле і породжують об'єктивну можливість використання в штучно створюваних системах

закономірностей і принципів побудови живої природи та її форм».

У всі часи люди так чи інакше вивчали, досліджували і намагалися копіювати живу природу. Перш за все це знайшло своє відображення в будівельній справі і предметах першої необхідності. З прогресом науки виникла об'єктивна можливість використовувати процеси і зв'язки елементів живої природи у штучно створюваних пристроях. З'явилася ціла наука – біоніка, яка стала на службу дизайнеру. Правомірність біодизайну обумовлена не тільки біологічною і технічною єдністю людства і навколишнього світу, але й особливостями людського знання. Людський розум формується в більшій мірі під впливом процесів, що відбуваються в природі.

У своїй творчій діяльності людина постійно, свідомо чи інтуїтивно, звертається за допомогою до живої природи. Так, якщо ми подивимося на народний одяг, то можемо виявити геометричну простоту форми і крою, причому всі елементи крою знаходяться між собою у відношеннях подібності.

Народні майстри, що виготовляли одяг, саме у природи знайшли повторюваність однотипних форм, те або інше сполучення яких диктувалося функціональною доцільністю і створювало нескінченне різноманіття. Розвиток природних форм відбувається на основі закону подібності, який обумовлює розвиток і цілої форми, і її частин. У процесі самобудови природні форми «збирають себе» з окремих елементів, що повторюються.

Використовувати цей природний метод при конструюванні костюма спонукало прагнення до економії матеріалу, тому що покриття поверхні або площини ідентичними і сполученими геометричними фігурами типу бджолиних сот найбільш економічно у відношенні витрат

матеріалу. Отже, ще в давнину, створюючи національний костюм, люди прийшли до стандартизації елементів костюма.

Природа завжди була і залишається потужним джерелом натхнення для художника, в якому б жанрі він не творив. Краса і гармонія природних форм, неповторність кольорових поєднань спонукали художників створювати значні полотна. У прикладному мистецтві природа завжди надихала майстрів на створення нових ідей та сюжетів. Насамперед природа служить джерелом пошуку малюнків для тканин (рис. 3).

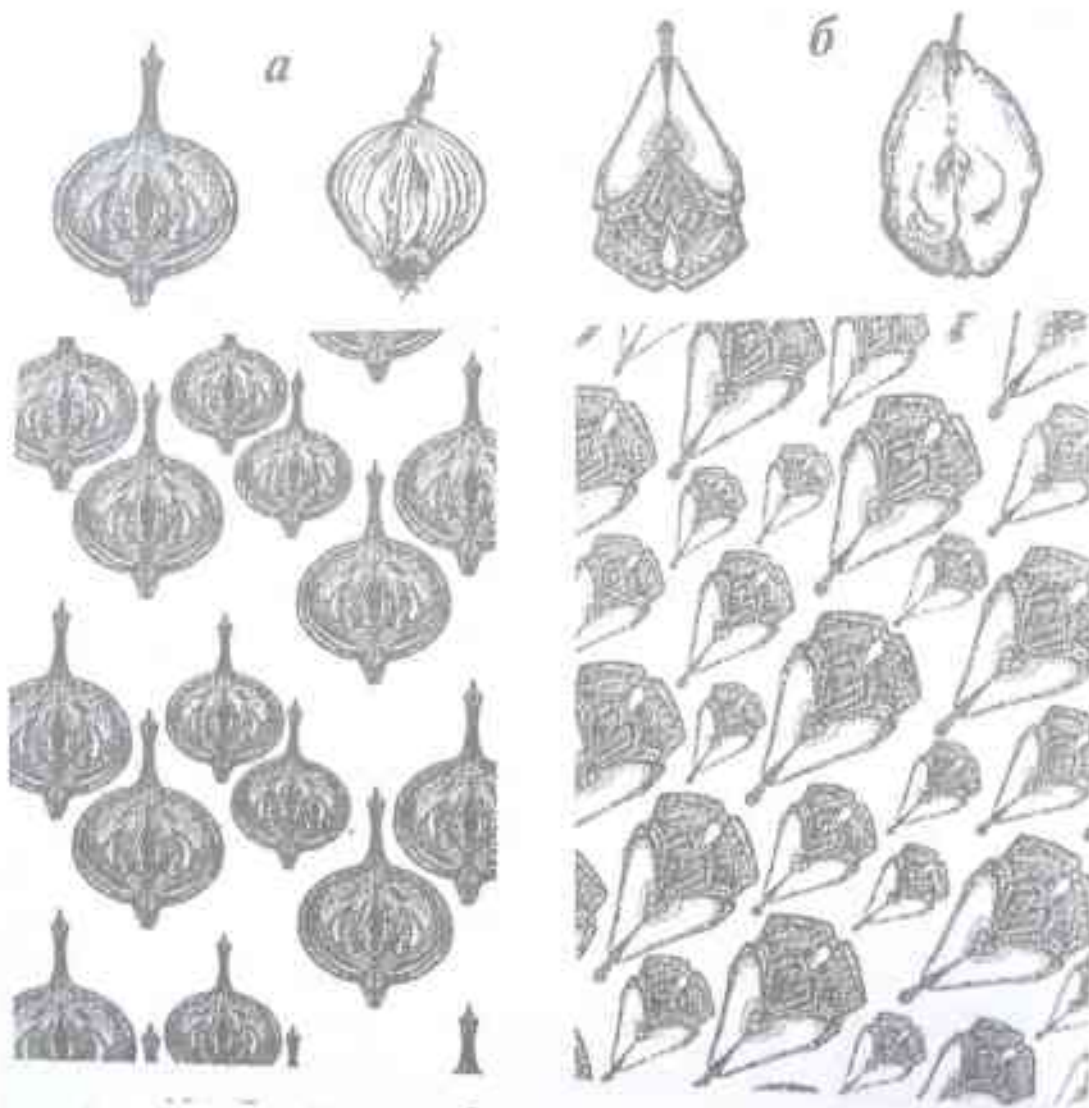


Рис. 3. Творча робота із створення малюнку тканини на основі конкретного творчого джерела: *а* – цибуля; *б* – груша

Дизайнеру по костюму неможливо обійтися без звернення до природи. Саме в результаті емоційного контакту з біоформами – квітами, листям, тваринами і т. і. – виникає творчий імпульс, що веде до створення нової, художньо побудованої форми одягу (додаток 4).

У залежності від асоціативного сприйняття художника, від рівня його художнього бачення він може побачити в навколишній природі лінії, що будують форму емоційно: спіраль, яка викликає відчуття напруженості, гіперболу, яка відображатиме прагнення вгору, рівномірну хвилеподібну лінію – зразок спокою і т. і. Взяті з природи, такі лінії можуть стати силуетною лінією великої форми, лінією форми будь-якої частини костюма, що домінує над іншими формами і акцентує всю композицію – рукава, головний убір, комір і т. і. Одна така лінія може народити безліч варіантів.

Біонічний підхід у дизайні одягу дозволяє отримати неординарні рішення конструктивних вузлів, нових функціональних особливостей. Так, наприклад, механіка крил комах може підказати форми запахування одягу чи оригінальне нашарування верхнього одягу, трансформацію деталей.

Архітектура як джерело творчості

Між костюмом і архітектурою, як відомо, існує стильовий зв'язок, який виражається в єдності образного рішення, схожості силуету, принциповій схемі внутрішніх членувань.

Зв'язок між одягом і архітектурою має і більш глибоке коріння: і архітектура і костюм функціонально визначені людиною. Як і костюм архітектурна споруда служить засобом прикриття людини, його вогнища, сім'ї від дії негоди. Принципи «одягання» життєвого простору людини «у житло» і

самої людини в одяг мають багато спільного. Підтвердження цьому можна виявити, наприклад, при порівнянні одягу та архітектури житла народів Півночі. Мова теж відтворює цей зв'язок: у французькій мові є слова «habit» (одяг, костюм), і «habitation» (житло).

Вивчення принципів організації архітектурних мас, ліній, форми, пропорційності членування будівлі, прояви властивостей матеріалів – не тільки тектонічних, але і фактурних, які є безпосередніми носіями образного змісту – є для художника поштовхом для образних асоціацій, які потім знаходять втілення в лініях, ритмічній побудові, характері застосування матеріалу.



Рис. 4. Архітектурна споруда і творче рішення костюма

Так, купол собору або дах пагоди нагадує головний убір, лінія арки – символ стійкості отвору або перекриття, – може відобразитися у широких поясах і плечових лініях одягу напівкруглої або трапецієвидної силуетної форми (рис. 4).

Тканина як джерело творчості

Тканина надає масу можливостей у композиційному вирішенні костюма, потрібно тільки дуже уважно вивчити, на що здатна та чи інша тканина, тому що будь – яка тканина в різних ситуаціях веде себе по-різному.

Як відомо, властивості тканини залежать від волокнистого складу пряжі, структури переплетення та оздоблення. Одним з найважливіших її властивостей є пластичність. Саме завдяки пластичним властивостям тканин утворюється різний композиційний устрій костюма, бо одні матеріали здатні зберігати задану форму без підтримки каркасів, інші створюють нестійку рухливу форму, яка постійно змінюється в процесі руху людини. Саме «поведінка» тканини, її здатність легко драпіруватися або тримати форму підказує і форму майбутнього костюма.

Фактура тканини або її зовнішній вигляд може стати ключем до вирішення композиції костюма, бо кожна фактура несе в собі ознаки певного емоційного-образного звучання. Сила впливу фактур на глядача різна. Розрізняють фактури пасивні та активні. Пасивні фактури мають майже однорідну нейтральну поверхню з дуже дрібними елементами, активні – складну рельєфну поверхню з великими елементами. Активні фактури дуже декоративні і можуть самі по собі бути основним елементом композиції.

Особливу виразність надає костюму використання матеріалу з різними фактурами, але тотожними за кольором.

Костюм виходить оригінальний, святковий і разом з тим стриманий і цілісний за кольором.

Практично не існує несумісних фактур. При цьому фактура однієї будь-якої тканини може бути головною серед інших фактурних матеріалів, з яких створюється костюм, або поєднуватись з ними на нюансних відношеннях.

Поєднуючи в одному костюмі тканин різних фактур, потрібно стежити, щоб фактури не почали сперечатися одна з однією, що особливо небезпечно, якщо тканини мають різні кольори і малюнки.

Малюнок тканини теж може підказати масу композиційних рішень. Так, наприклад, клітинний малюнок в складках ламається, лягає або косо, або прямо, створюючи своєрідну гру малюнка і фону, на якому він зроблений. Утворюються колірні і світлотіньові ефекти, які можуть підштовхнути фантазію дизайнера на створення об'ємної, сильно драпірованої м'якої форми.

Та ж тканина в клітинку або тканина в смужку надає можливість створення безлічі фантазійних рішень за допомогою комбінації розташування клітин і смужок або по діагоналі, або горизонтально, або вертикально.

Найпродуктивнішим є використання кольору тканини, адже колорит, тобто співвідношення кольорів, утворює певну єдність, служить одним з найважливіших засобів емоційної виразності, найважливішим компонентом художнього образу твору. У художній практиці за характером колірних поєднань колорит може бути спокійним чи напруженим, холодним або теплим, світлим або темним, радісним чи похмурым.

Колір малюнка або фону тканини по суті, визначає і вибір тканин-компаньйонів, що беруть участь в композиції костюма. Так, наприклад, можна вирішувати колірну композицію костюма без зміни його конструкції, якщо в костюмі, що

складається з картатої спідниці і блузи, змінювати його кольорову організацію шляхом заміни блузки.

Якщо ставити задачу проектування серії або колекції моделей з урахуванням всіх можливостей, які надає тканина, то діапазон композиційних варіантів костюма значно розширюється.

Костюм як джерело творчості

Традиційним творчим джерелом є історичний, національний, класичний костюми (додаток 5). Деякі дизайнери знаходять свої ідеї, відштовхуючись від композиційних побудов одягу різних періодів ХХ століття і створюють моделі у стилі ретро (додаток 6). Способи використання костюма як джерела створення нового в дизайні одягу можуть бути різноманітними: дослівне прочитання костюма, стилізація при збереженні впізнавання, розробка тільки крою, використання декору на тих самих конструктивних поясах, що і в джерелі, використання способів обробки на нових матеріалах, перенесення фрагменту в нову форму («метод цитат»), змішання різних стилів, фрагментів, форм («метод еkleктики»), прийом пародії.

Народний костюм у всі часи і у всіх народів був і залишається постійним джерелом натхнення. Сьогодні модельєри використовують його, створюючи не тільки окремі моделі, а й цілі колекції. Вивчення народного костюма включено до програм навчальних закладів, що готують художників-модельєрів.

У чому ж полягає настільки приваблива сила народного костюма? Насамперед у його естетичності, а також функціональності, доцільності, раціональності крою і

виконання, і все це відноситься до будь-якого народного костюма будь-якої національності.

Народним костюмом називають сільський селянський костюм. До його свідомого і методичного вивчення з метою використання в сучасному моделюванні одягу звернулися лише в ХХ столітті, коли назріла гостра необхідність у масовому виготовленні одягу промисловим способом, який вимагав особливого підходу до конструювання і крою.

У другій половині ХХ століття народний костюм, його крій, орнамент, колірні поєднання широко використовуються модельєрами під час проектування одягу. З'являються навіть фольклорний та етнічний стилі. Народний костюм стає об'єктом пильного вивчення.

Аналіз показав, що народному костюму властива раціональна конструкція, обумовлена шириною домотканих полотен, будовою людської фігури, призначенням речей у побуті. Так, для українського костюма характерним є прямий крій з вільно спадаючими лініями. Основні деталі кроїли, перегинаючи полотнище вдвічі по основі або по ширині. Зшивали деталі по прямих лініях, а за необхідності для свободи руху вони доповнювалися прямокутними вставками (полики, ластовиці). До типових рис українського костюму можна також віднести значну довжину одягу, особливо велику довжину рукавів жіночих сорочок, розташування декору, багат шаровість ансамблю, що складається з декількох речей, надітих одна поверх іншої, насичений колорит, контрастне сполучення окремих частин костюма.

Дослідження українських костюмів різних областей і деяких східних костюмів показали, що між ними є багато спільного. Всі ці костюми поділяються за способом кріплення на фігурі або носіння на драпіровані (безшовні або зі швом), підкрійні накидкоподібні і з запахом, халатоподібні (зшиті і не

зшиті). Переважаючими геометричними конфігураціями крою всіх народних костюмів є коло, прямокутник, квадрат і трикутник. Причому всі деталі переважної більшості костюмів знаходяться в пропорції золотого перерізу, а загальна геометрія форми костюма подібна до його окремої деталі в крою. З використанням подібних модульних відносин в костюмі вже закладалися гармонійні пропорційні відносини, пов'язані з природною будовою людської фігури.

Саме осмислення структурного показника народного костюма, тобто конструкції, дає можливість знайти справжній підхід до використання народних традицій.

Особливо важливим це є для промислового проектування одягу, де гостро стоять проблеми економії матеріалу, стандартизації і уніфікації, а народний костюм його з елементами, що повторюються, щоразу звучать по-новому, але завжди гармонійно. Це створює передумови для створення програми, яка включає необхідний набір стандартних елементів і дозволяє вже на самих перших етапах проектування вирішувати питання про серію, закладаючи в неї можливості трансформації образу, тобто управляти процесом формоутворення модних форм проектування.

Імпульсом для пошуків нового при створенні сучасного костюма можуть служити прийоми і способи застосування в народному костюмі тканин, вишивок, візерункового ткання. Так, в українському народному одязі прикраса виконувалась трьома способами: ткацтвом, вишивкою, нашивкою різних матеріалів – мережив, тасьми, стрічок тощо. Візерунок формувався ниткою утку, перекриваючи нитки основи. Елементи орнаменту чергувалися з просвітами фону. Тканий узор використовувався в основному для виготовлення фартухів. Часто візерунчасті смуги майстерно доповнювалися вишивкою, створюючи винятковий за красою візерунок. Вишивка

народного одягу відрізняється великою різноманітністю технічних прийомів і способів. Для вишивки застосовувалися спеціальні нитки, що мають особливу крутку. Їх виготовляли з лляного і вовняного волокна і фарбували природними барвниками.

У більшості випадків виконання візерунка застосовувалося відразу кілька видів вишивальної техніки. При всьому різноманітті вишивальних прийомів народні вишивки відрізняються надзвичайною узгодженістю художнього задуму і технічного виконання. Як правило, в орнаменті одягу всі способи прикрас гармонували між собою.

Використання народних мотивів в одязі спостерігається протягом всього ХХ століття. На початку століття до народного костюму звернулася Н. Ламанова. Вона ретельно вивчала особливості російського народного одягу, знаходила в них простоту і доцільність, які можна було використовувати в сучасному костюмі. У сорочковому крої, наприклад, її зацікавила елементарність крою, економний вихід тканини, дешевизна готових виробів. Для обробки суконь вона брала справжні старовинні орнаменти або розробляла їх самостійно.

У 20-і роки ХХ сторіччя жінки вперше стали носити готовий одяг, що вимагало спрощення конструкції та технології виготовлення. У зв'язку з масовим серійним виробництвом одягу були вкрай популярні ідеї уніфікації, стандарту. Так у моду входить сукня-сорочка саме завдяки простоті її крою і практично безрозмірності.

У цей же час в моделях К. Шанель і Ж. Ланвен поряд з єгипетськими і африканськими з'являються і російські мотиви. У Парижі відкриваються російські будинки високої моди – наприклад Будинок вишивок «Кітмір». У більшості випадків розташування вишивки узгоджувалося з кроєм, нагадуючи народний костюм. Довжина спідниць збільшується, форма

насичується конструктивними лініями, в фасонах переважає геометричний малюнок. Головні убори набувають лаконічності обсягів, стають схожими на шоломи, каски, щільно охоплюють голову. Художники застосовують у швах вставки з кольорових смужок, досягаючи цим кольорового і конструктивного ефекту. У рукавах і біля горловини робляться зборки. Вони так само запозичені з народних костюмів.

У 30-і роки минулого століття настає час розквіту національних культур, час розвитку інтересу до народного декоративного мистецтва. Ведеться вивчення народних традицій і розробляються зразки з використанням народних мотивів. Народні мотиви швидко завойовують популярність, що в значній мірі обумовлюється необхідністю пошиття одягу з гладкофарбованих тканин. Їх одноманітну поверхню треба було прикрашати вишивкою, оздобленими тканинами. У той час були поширені полотняні сукні прямого крою з великим вирізом і без рукавів. Плаття такого фасону прикрашалися вишивкою. Такі сукні давали великий простір для застосування народних мотивів.

У 50-і роки ХХ століття в моделюванні одягу за народними мотивам намітився новий підхід: народні мотиви використовувалися диференційовано. Замість прагнення перенести в сучасний костюм все, що є в народному, як це робили раніше, ведеться глибокий аналіз не тільки декоративного вирішення селянського костюма, але і його змісту, тобто його призначення, залежності використання тканин, крою, декору від функціональної ролі речей. Форми прояву народного у сучасному стають різноманітнішими і захоплюють не тільки одяг, але і тканину, взуття, прикраси та доповнення до костюму.

Прообразом багатьох варіантів вирішення форми сучасного одягу стала форма російського косоклинного

сарафану. Стрункість і лаконізм його форм, їх конструктивна особливість лягли в основу моделювання одягу. Форма сарафану стала фактом оновлення моди, переходу до нових силуетних форм в костюмі. Наприклад, набула поширення форма, що складається з облягаючого ліфа і дуже широкої спідниці з різко позначеною лінією талії, малий силует, який називали «трапеція». Він схожий на силует старовинного російського сарафана, який поступово розширюється згори донизу. Розповсюдження такої форми одягу не випадково було названо «стиль а ля русс» – російський стиль (рис. 5).



Рис. 5. Моделювання костюмів і доповнень на основі народних традицій

Починаючи з 1970-х років ХХ століття виникає інтерес до минулого, до культурних традицій як свого, так і інших

народів. У моді входить «фольклорний» стиль, який використовує мотиви селянського костюма народів Європи (його розробляли, наприклад, англійський модельєр Сандра Родес і французький кутюр'є Ів Сен-Лоран в колекції 1976–1977 років «Стиль шляхетної селянки»), та «етнічний» стиль, змішуючи елементи одягу і прикладного мистецтва різних народів. Творцем етнічного стилю вважається японський дизайнер Кензо, який в 1970 році показав перші моделі в етнічному стилі. В них він використав мотиви костюмів народів Далекого Сходу, Південно-Східної Азії та Європи.

В той же час у моделюванні все більше цінується виявлення національного духу. Японські дизайнери пропонують моделі сучасного одягу, створені на основі японських традицій орнаменталізації і формоутворення, адресуючи їх усім людям, незалежно від їх національності. Культурні традиції і костюм своєї рідної області Камарг на півдні Франції використовував у своїй колекції в 1987 році К. Лакруа, висловивши світовідчуття жителя півдня з його любов'ю до яскравих кольорів, пишним формам, активному декору. Народні традиції продовжують розроблятися і українськими дизайнерами.

У сучасному моделюванні одягу великого поширення набуло змішування національних традицій. Змішуючи елементи костюмів різних народів, дизайнер створює абсолютно новий образ, часто не пов'язаний з конкретним і безумовно впізнаваним творчим джерелом. Таке нашарування безлічі традицій дозволяє проектувати новий одяг, що відрізняється від традиційного європейського та від етнічного. Так, наприклад, сучасний японський дизайн ґрунтується на синтезі східної і західної традицій. Прагнучи створити сучасний одяг, японські дизайнери беруть з традиційного одягу не конкретні форми, а загальні принципи створення костюму,

принципи художньої творчості. Характерними особливостями японського мистецтва є відсутність композиційного центру і асиметрія. Запропонували асиметричні конструкції, японські дизайнери поклали початок напряду деконструктивізму в дизайні одягу.

Естетика постмодернізму наклала свій відбиток на використання національних традицій в сучасному одязі. З'явився метод «цитат», коли «цитатою» може бути покрій, орнаментальний мотив, елемент декору, котра-небудь деталь або колірна гама одягу.

У такому взаємовпливі національних костюмів, моди всіх країн проявляється подальша демократизація костюмів, висловлюючи плюралізм смаків і рівноправність естетичних ідеалів.

Як бачимо, використання народного костюма в сучасному моделюванні дуже різноманітне. Джерелом може стати і костюм в цілому, і його фрагмент, і фрагмент тканини або вишивки, використаної при його створенні.

Щоби використати народний костюм в якості джерела творчості, зазвичай, його вивчають «кількісно і якісно», тобто замальовують, вимірюють. Потім він отримує асоціативне вираження в нарисах, які зрештою використовуються в роботі. Причому без повного осмислення всієї функціональної утилітарно-естетичної побудови народного костюма не може бути правильного ходу трансформації його особливостей у сучасному костюмі. Адже основний зміст і цінність народного костюма, його філософія, полягає в демократичності, широко зрозумілої функціональності, логіці форм і конструкцій, його раціональності та доцільності. Ось чому він залишається невичерпним джерелом, що сприяє збагаченню сучасного костюма.

4. ПРИЙОМИ І МЕТОДИ ТВОРЧОСТІ ДИЗАЙНЕРА

4.1. Процес створення костюму

Витвори мистецтва впливають на почуття і розум людини. У художника у процесі створення художнього твору беруть участь і розум, і почуття. Неусвідомлена, інтуїтивна творчість, заснована тільки на почуттях, – це шлях випадковостей, яким доводиться йти навмання. З іншого боку, творчість тільки розсудлива, незважаючи на технічну майстерність виконання, нездатна хвилювати глядача, впливати на нього емоційно, оскільки позбавлена почуттів художника.

В умовах сучасного промислового виробництва одягу проектування дає очікуваний корисний ефект у тому випадку, якщо дизайнер володіє розвиненим в професійному напрямі мисленням, тобто володіє необхідним запасом знань і умінь в галузі дизайну, інтуїцією, асоціативним мисленням, уявою і т. і., а також здатний побачити і чітко сформулювати завдання, швидко виробити достатню кількість ідей за обмежений проміжок часу, уміє відшукати оригінальні і навіть самі неймовірні рішення заданої проблеми, оскільки в дизайні відбувається вигадкування, фантазування не взагалі, а на задану тему.

Процес створення образу майбутнього костюма складний і різноманітний. Від першого відчуття об'єкту або явища до створення на його основі художньо-образного твору шлях величезний і складний. Спочатку виникає задум у загальному вигляді, який визначає подальшу творчу роботу і передусім постановку завдання.

Потім починається збір і накопичення матеріалу, визначення творчого джерела або джерел, визначення

принципів і засобів вирішення завдання. Цей етап можна назвати інформаційним.

На наступному етапі, що включає аналіз і синтез, дуже важливим є асоціативне мислення, що виявляється в перетворенні предметних, абстрактних, психологічних і ірреальних асоціацій, які дають імпульс до виникнення або формування деякого формального образу або декількох образів, які б виражали певною мірою концептуальне рішення проблеми.

Це період напруженої розумової діяльності, у якій важливу роль грає уява, а також мобілізація знань і досвіду дизайнера. Поява ідеї завжди підштовхується великою роботою дизайнера у пошуках рішення задачі. Саме ж її рішення виступає зазвичай як акт «відкриття» нового або «освячення» і здається іноді раптовим, хоча насправді воно завжди є результатом значної попередньої роботи думки.

На цьому етапі для інтенсифікації творчої фантазії іноді вдаються до спеціальних методів і прийомів як емпіричних, так і евристичних.

Серед останніх розрізняють прийоми, спрямовані на перегляд постановки завдання, методи проектування, що призводять до парадоксальних рішень, професійні ігри, математичний аналіз і т.і. Іноді слід перервати процес обдумування і пошуку, відволіктися на що-небудь інше, відпочити. Такий відпочинок дозволяє, повернувшись знову до проблеми, подивитися на неї «свіжим поглядом», якби з боку, оцінити виконану роботу. Як правило, це дає позитивний результат – рішення знаходиться швидше.

Крістіан Діор так описував свою творчість: «Несподівано, як блискавка, вдається який-небудь ескіз. Я надихаюся, роблю на цю тему варіації, а наступного дня приходить в голову інший силует... Декілька днів я нічого не роблю. Потім за

декілька днів роблю сотню ескізів. Одні ідеї породжують інші, який-небудь нарис викликає серію варіантів. Всі разом ці малюнки складають основу майбутньої колекції. І ось мені вже хочеться скоріше передати їх в майстерні, щоб ескіз став сукнею».

На завершальному етапі відбувається узагальнення, оцінка виконаної роботи, доопрацювання, створюються остаточні ескізи, макети і оформлюється необхідна документація для виконання дослідного зразка. Цей етап можна позначити як комунікативний або практичний.

4.2. Методи проектування

Творчий процес – надзвичайно складне явище, у якому емпіричний, тобто чуттєвий, момент грає дуже велику роль, оскільки саме почуття, асоціації, що викликали їх, дають імпульс до виникнення образів. Проте іноді психологічна інерція, деяка зацикленість на якихось певних концепціях заважають знайти нетривіальне рішення. Діяльність же дизайнера вимагає від фахівця постійної готовності до генерації нових ідей, незалежно від його емоційної готовності.

Задля розкріпачення мислення, інтенсифікації розумової активності і прискорення усього творчого процесу вдаються до технологічних прийомів творчості. Ці технологічні прийоми ґрунтуються на евристиці – методах і прийомах дослідження, згідно з якими рішення повинне надходити за допомогою відповідних питань або припущень.

Евристичні методи вирішення творчих (проектних) завдань відносяться до методів стимуляції творчості, які дозволяють зняти або послабити бар'єри між свідомим і несвідомим. Наведемо декілька прикладів методики мислення для вирішення творчих завдань.

Метод навідних питань сприяє точнішому визначенню границь пошуку варіантів. Найбільш перспективні напрями пошуку дає постановка питання про призначення майбутньої речі.

Поштовхом до вирішення проблеми може стати вивчення схожих чужих ідей. Інтерпретують творче джерело, виділяючи з нього відповідні елементи чи способи виробництва.

Цікавим є *метод евристичного комбінування*, що дозволяє швидко і просто отримати несподіваний результат. Це метод перестановки зі зміною або заміною елементів.

Метод проектування від зворотного дістав назву *інверсії*. Відшукати або придумати новий продукт дизайну досить складно. Значно частіше можна знайти нові методи його виготовлення. Метод інверсії є одним із способів отримання нової точки зору або нового підходу до вирішення проблеми. Він вимагає свідомого подолання психологічної інерції, стереотипів мислення. Якщо який-небудь об'єкт зазвичай розглядають зовні, то при методі інверсії його слід розглядати зсередини. Якщо в предметі дизайну якась деталь завжди розглядалася горизонтально, то інверсія означає, що її потрібно ставити у вертикальне положення або помістити під деяким кутом (наприклад, кишень в одязі). Якщо одна частина системи нерухома, а інша рухома, то інверсія означатиме, що положення повинне стати зворотним. Перевернути все «з ніг на голову», поміняти місцями – ці слова характеризують суть методу інверсії. Прикладами може служити двосторонній одяг, тобто одяг, який можна носити на обидві сторони, одяг зі швами назовні, розміщення кишень на рукаві та спині і так далі. Інверсія – дуже простий і дуже дієвий метод отримання нових поглядів (додаток 7).

Продуктивним при вирішенні дуже складної задачі є *метод «мозкового штурму»*, або «мозкова атака» (брейн-

сторминг), – процедура групового креативного мислення, точніше – це засіб отримання від групи осіб великої кількості ідей за короткий проміжок часу. Як правило, невеликий колектив людей різних професій, зібравшись в неформальній обстановці, пропонують різноманітні ідеї, іноді навіть абсурдні, які потім розглядаються фахівцями. Вважається за норму, якщо протягом 1,5 години група продукує до сотні ідей.

Комбінаторні методи – це методи проектування із застосуванням комбінування. До них відносяться: комбінаторика, трансформація, кінетизм.

Комбінаторика – це прийоми знаходження різних комбінаций з даних елементів в певному порядку шляхом перестановок, поєднань, угруповання, перевероту, організації ритмів.

Комбінаторні основи в мисленні людини мають глибокі корені. Так, комбінаторика є розділом елементарної математики, що вивчає деякі операції над певним числом предметів (байдуже, якої природи, наприклад букв, чисел, геометричних фігур і т. і.). Самі ці предмети називаються елементами великої кількості, а однією з основних і типових операцій є впорядкування множини.

Утворюючи свій предметний простір, людина застосувала комбінаторний підхід вперше у будівельній справі, оскільки ще на зорі будівельної діяльності у людини виникла необхідність в елементах, що повторюються. Навіть для будівництва примітивного житла людина вимушена була сортувати колоди за призначенням, розподіляти їх за типами. З часом сформувався метод модульного проектування, який застосовувався як при будівництві простого житла, так і при створенні культових споруд.

Перехід людини від кустарної ручної праці до високоякісного машинного виробництва привів до уніфікації,

типізації, агрегатування, стандартизації та іншим принципам і способам комплексного формоутворення. Ці принципи і способи формоутворення органічно ввійшли в побут, в усі галузі людської культури, стали її природними формами. Розвиток матеріальної культури на даному рівні неминуче призводить до стандартизації і в галузі дизайну так само, як і у будь-якій сфері громадського виробництва. Нині комбінаторика привертає до себе увагу вчених фахівців в значно більшому ступені, ніж раніше. Комбінаторні методи (комбінаторику і трансформацію) в проектуванні одягу уперше застосували радянські конструктивісти А. Родченко, Л. Попова, В. Степанова. У моделях створеного ними виробничого одягу були застосовані програмовані методи формоутворення декількох рівнів: комбінування стандартних елементів з набору простих геометричних форм (конструктивістські тканини); комбінування різних видів декору на основі базової форми; комбінування стандартних готових об'єктів; трансформація одягу в процесі експлуатації.

Сьогодні комбінаторика в дизайні – метод формоутворення, що використовує закономірності варіантної зміни просторових, конструктивних, функціональних і графічних структур, а також способи проектування об'єктів з елементів, що типізуються.

Серед прийомів комбінаторики, використовуваних в дизайнерському проектуванні, можна виділити наступні:

- комбінування стандартних типізованих елементів (модулів) на площині при створенні текстильних композицій, рапортних тканин або трикотажних полотен і при створенні цілісної об'ємної форми;

- комбінування деталей, пропорційних членувань усередині певної базової форми;

– створення складної форми шляхом вставок (врізань) у визначену форму;

– пошук варіантів організації готових комплектів.

Прообразом текстильних композицій із застосуванням стандартних елементів, що типізуються, являються мотиви народних орнаментів, які, як правило, складаються з невеликого числа елементів, що повторюються.

Цікавим є прийом створення складної форми з простої за допомогою врізань, що розташовуються в динамічному ритмі. Вставки можуть бути як простої геометричної форми, так і складної, – у вигляді квітів, різних фігур.

Трансформація (від латів. *transformatio* – перетворення) – полягає в перетворенні або зміні форми на іншу, а також в трансформації деталей усередині однієї форми під час експлуатації. Прикладами трансформації форми може служити шапка-вушанка або сумка, яка складається. Прикладами трансформації деталей усередині однієї форми є широкий комір, що перетворюється за необхідності в капюшон.

Кінетизм (від греч. *kinetiko's* – що приводить в рух) є однією з форм трансформації, що полягає в створенні динаміки форми, декору, малюнків тканин. Елементи кінетизму використовувалися людьми з давніх часів. Так, в Середньовіччі видовища завжди супроводжувалися динамікою світла. Динаміка об'єктів спостерігалася в механічних іграшках, музичних скриньках. Світломузику А. Скрибіна також можна розглядати як прояв кінетизму.

Технічний прогрес дав можливість художникам використати новітні досягнення технології, інженерної думки і науки. Сьогодні можна зустріти кінетизм в дизайні, оформленні міських вулиць, на телебаченні, в масових святах, комп'ютерній графіці, лазерних шоу.

У дизайні одягу метод кінетизму знайшов широке застосування у використанні графічних ілюзій руху задля відвернення уваги від проблемних частин фігури.

У дизайні одягу метод кінетизму дозволяє надати динамічності статичній формі, якщо виконати її з тканини з кінетичним малюнком. Використання методу кінетизму можна спостерігати в моделях дизайнерів-авангардистів, що застосовують в костюмі світлопроводи, елементи, які трансформуються, крутяться або рухаються.

Для створення одягу також використовується *метод модульного проектування*. Модуль – одиниця міри. У дизайні модуль – це величина, що приймається за основу розрахунку розмірів будь-якого предмета, машини або споруди, а також їх деталей, вузлів, елементів, які завжди кратні обраному модулю. Кратність – вміщення модуля без залишку – дозволяє збирати різні форми і забезпечує їх взаємозамінність.

Питання про перехід на модульну систему в проектуванні і промисловості серйозно постало в 20-і роки минулого століття. У нашій країні з 1954 року діють архітектурний модуль, який дорівнює 10 см, збільшений будівельний модуль – 30 або 40 см. Модуль для приладобудування і верстатобудування складає 5 см. Устаткування інтер'єру ґрунтується на модулі в 5 і 15 см. Введення єдиної модульної системи полегшує вирішення багатьох завдань, пов'язаних з формоутворенням виробів.

У дизайні одягу метод модульного проектування застосовується украй рідко, використовується тільки сам принцип модуля в комбінуванні елементів або об'єктів, що типізуються. Хоча модульне проектування зумовлює необмежені можливості для створення форм одягу, що трансформуються, з метою зміни форми, призначення, асортименту під час експлуатації.

Модульне проектування в дизайні одягу полягає в проектуванні одягу з модулів, як правило, однакового розміру, який обирається залежно від антропології людського тіла і оптимальних розмірів готового одягу. Модулі можуть бути простих геометричних форм – у вигляді квадратів, прямокутників, трикутників, кругів і ромбів, і складних – у вигляді квітів, листя, різних фігур. У першому випадку при з'єднанні модулів один з одним виходить суцільне полотно, в другому – ажурне, з якого можна моделювати вставки або цілі вироби.

Для створення одягу з простих модулів важливим є вибір способу їх з'єднання. Вони можуть з'єднуватися непомітно – за допомогою гачків, «липучок», супатних застібок, або зв'язуватися стрічками. В цьому випадку кінці стрічок, що стирчать, можуть створити додатковий декоративний ефект.

Одяг з модулів збирається із вже готових однакових елементів, як з цегли. В процесі експлуатації його можна змінювати, складаючи різні вироби. Прийом модульного згортання або розгортання дозволяє з маленької форми зробити велику і навпаки (наприклад, з довгої спідниці зробити коротку). Одяг з модулів простої геометричної форми легко трансформується, ускладнюючись або набуваючи нового призначення. Наприклад, якщо до жилета приєднати ще модулі, можна отримати пальто, навіть з капюшоном і кишенями.

Використовуючи модулі, виконані з однієї тканини двох або декількох кольорів, можна отримати складний декоративний візерунок, орнамент, монокомпозицію. Важливо правильно підібрати для модулів тканину, яка «не осипається», добре тримає форму. Для цього підходять еластичні тканини типу «біфлекс», еластичний трикотаж.

На початку 80-х років минулого століття декількома відомими дизайнерами був запропонований *метод*

деконструкції як новий підхід до моделювання одягу. З першого погляду цей метод здавався «відмовою від гарного смаку», оскільки в його основі було вільне маніпулювання формою: використання асиметричного крою, нерівних країв одягу, розривів, всіляких прорізів дірок, методу інверсії (шви та виточки назовні, застібки в нетрадиційних місцях), елементів незавершеності, тобто порушення традиційної технології.

Дизайнери, що пропонують одяг, виконаний методами деконструкції, прагнуть знайти такі форми одягу, які були б найбільш комфортними. Такий нетрадиційний підхід до самого одягу дає великі можливості для самовираження. Розглянуті методи дизайнерського проектування костюма створюють величезний простір для фантазії художника, пропонують нові шляхи для розвитку одягу в майбутньому, відкривають великі можливості у використанні програмованих методів проектування одягу з використанням комп'ютерної техніки (додаток 8).

Метод аналогії. Велика кількість оригінальних думок народжується аналогічно, і цей процес можна ефективно застосовувати в навчанні і професійній діяльності дизайнера. Отримання дизайнерських ідей відбувається шляхом використання певних властивостей різних природних і матеріальних об'єктів. За допомогою даного методу створено багато колекцій провідних дизайнерів світу, що присвячені творчості художників або розкривають певний художній образ. Наприклад, колекція присвячена образам метелика, птаха тощо. Цей метод дає майбутньому дизайнерові зрозуміти безмежність підказок природи і наочного світу для його творчості (додаток 9).

Метод емпатії. Емпатія вимагає від людини певного входження в образ. Завдання даного методу полягає в тому, щоб «стати» об'єктом і з його позиції, із його точки зору

подивитися, що можна зробити для вирішення проблеми. Це досить важливо для майбутнього дизайнера, оскільки в своїй творчості він орієнтується не тільки на свій художній смак і інтуїцію, але і на смаки споживачів, для яких призначені продукти його професійної діяльності (одяг, інтер'єр і т. і.). Входження в образ споживача дозволить дизайнерові краще зрозуміти його потреби і смаки, а значить підвищити привабливість своїх ідей.

Метод фантазії. Використання фантазії для стимулювання виникнення нових ідей полягає в роздумі над деякими фантастичними рішеннями, в яких за необхідності використовуються нереальні речі або процеси. Вважається, що роздум про бажане може привести дизайнера до нової ідеї, яка, кінець кінцем, приведе до здійсненого рішення (додаток 10).

Метод фокальних об'єктів. Назва методу пов'язана з принципом концентрації безлічі ідей на якому-небудь об'єкті. Іноді його також називають методом сфокусованих об'єктів, що точніше визначає його суть. Даний метод є найпоширенішим, заснованим на випадковостях, він може ефективно застосовуватися в діяльності дизайнера для пошуку простих рішень. Суть методу полягає у виконанні наступних операцій: вибір фокального об'єкту, чітке формулювання його призначення і вимог до його функцій; вибір трьох-чотирьох випадкових об'єктів; складання ознак випадкових об'єктів; генерування ідеї шляхом приєднання до фокального об'єкту випадкових ознак; розвиток отриманих поєднань і в результаті асоціацій – вихід на нові ідеї (додаток 11).

4.3. Тенденції розвитку дизайну одягу

З тенденцій, що намітилися в розвитку одягу, можна відмітити наступні:

- тенденція злиття і взаємопроникнення різних видів асортименту;
- розробка незшитого одягу;
- проектування одноразового одягу;
- створення одягу на основі простого крою і простими засобами;
- пошук шляхів створення одягу, що трансформується під час експлуатації;
- створення раціонального гардеробу;
- створення ідеального виробу;
- пошук нових матеріалів і використання нетрадиційних матеріалів.

Головною метою усіх розробок дизайнерів є створення гранично комфортного, функціонально виправданого, естетично цілісного одягу, який не лише задовольняв би вимогам, що висувають до нього потенційні споживачі, але й спонукав їх до оновлення свого гардеробу, можливо навіть зміні звичного погляду на одяг.

Цікавими в цьому відношенні є розробки деяких дизайнерів по створенню безрозмірного одягу. Безрозмірний одяг вже існує у вигляді трикотажних виробів різного об'єму, які носять і худі і товсті, бо такі вироби з легкого трикотажу добре сидять па фігурах різних розмірів. Так, наприклад, трикотажні «хомут» чи «трубу» можна носити і самотійно і в комбінації з іншими елементами одягу. Безрозмірними можуть бути топи з трикотажу, сукні, спідниці. Хомути можна носити на шиї, або замість ліфа, поясу, бретелей.

Матеріалом для безрозмірного одягу окрім еластичного трикотажу можуть стати гофровані тканини, які створюють ефект прилягання до тіла, підходять будь-якій людині (стрункому і повному, молодому і старому). Ефект «еластичного прилягання», що дозволяє створювати

безрозмірні форми одягу, досягається окрім гофрирування, плісировкою, м'ятою фактурою, тканинами з нитками лайкри і гумок, складками на кулісках і драпіровками.

Актуальним є проектування і виробництво таких видів одягу, які підходили б для будь-якого випадку і не належали до якої-небудь однієї асортиментної групи. Щоб одна універсальна річ могла замінити багато інших, а комбінація лише декількох речей дозволила би скласти цілий гардероб, призначений для будь-якої події. Мінімалізм в одязі має багато прибічників і серед дизайнерів, і серед споживачів. Ще на початку ХХ століття геніальна Коко Шанель запропонувала маленьку чорну сукню, яка за допомогою певних доповнень могла ставати або повсякденною, або святковою і, таким чином, підходила на всі випадки життя.

5. ХУДОЖНІ СИСТЕМИ ПРОЕКТУВАННЯ ОДЯГУ

5.1. Проектування одиничних виробів та серії виробів

Проектування одиничних виробів

Для промислового виробництва характерним є проектування одиничних виробів. При масовому виробництві одягу використовується єдина методика конструювання одягу. Масове виробництво орієнтоване на типову фігуру, оскільки вироблена масова продукція повинна відповідати запитам більшої частини населення.

Проектування одиничних виробів відбувається зазвичай великими і малими серіями. Причому для малих серій розробляються більш гостромодні моделі, а для великих серій – пом'якшені модні силуети.

Процес проектування починається з аналізу потреб, що висуваються до виробу, і, перш за все, його функціональних особливостей, які можуть забезпечуватися конструкцією, а також, в деяких випадках, матеріалом або кольором (наприклад, одяг дорожніх робочих обов'язково яскравого кольору, а одяг працівників хімічної промисловості чи пожежників повинен виконуватися зі спеціальних матеріалів).

При проектуванні одиничного виробу для масового виробництва враховуються умови виробництва, тобто з'ясовуються можливості обладнання підприємства, вирішується процес технологічної обробки.

На основі проведеного аналізу виробляється принципова конструкція, визначається взаємозалежність основних частин

форми, їх маса, вибирається матеріал. Все це стає базою для визначення пропорцій основних частин форми, геометричної будови виробу: відповідності та спрямованості конструкцій та декоративних ліній, масштабної відповідності деталей, а також ритмічної організації деталей, пластичної переробки форми в цілому (додаток 12).

Проектування серії виробів на базі однієї конструктивної основи

Для промислового виробництва одягу характерним є використання стандартизованих вузлів та уніфікованих деталей. Це дає можливість розробляти серії виробів (або сімейство моделей) за однією конструктивною основою. Тому проектування виробів масового виробництва починається з розробки базової форми, в основі якої закладена структура, вихідна для всіх наступних її варіацій.

При розробці базової форми насамперед враховується модний напрям у розвитку одягу. У конструкцію базової форми закладаються особливості лінії плеча, прибавки та лінії, що забезпечують необхідний розподіл об'ємів в області ліфу, форму та об'єм рукава, загальну ширину та довжину виробу.

Модель базової форми створюється за законами композиції, опрацьовуються пластика форми та силуету, пропорціональні відносини, ритм, симетрія з продуманим використанням характеристик матеріалу – кольору, рисунка або фактури, акцентуються окремі частини форми. Вся побудова композиції проводиться з урахуванням можливості варіювання в подальшому не тільки окремими накладними або знімними деталями (кишені, коміри, пояси, хлястики), а й вузлами навіть частинами виробу.

Змінам можуть надалі піддаватися довжина рукава (рукав може бути довгим або зовсім коротким, $7/8$ або $3/4$), довжина спідниці при відрізненому по талії вирішенні сукні в межах модного напрямку даного типу виробу, конструктивні вузли (пройма – головка рукава, горловина – комір, лінія талії – верхній край спідниці).

Наприклад, у виробках з однаковою проймою можуть бути використані різні рукава, для однієї і тієї ж форми горловини можуть використовуватися коміри з різною лінією відльоту, спідниці від лінії кокеток або талії можуть бути призібрані чи закладені у складки різної ширини.

Спираючись на базову форму, розробляють серії виробів. Причому при розробці всіх подальших варіацій базової форми критерієм є пропорційна відповідність частин, ясність ритмічного строю деталей та елементів, стилістична однорідність усіх складових і відповідність всього композиційного строю характеру матеріалу. При цьому вироби однієї серії проектуються з одного або близьких за пластичними властивостям та технічними параметрами (товщина, щільність, ширина) матеріалів.

Виробництво серій виробів на основі однієї базової форми за умови їх технологічності є економічно вигідним підприємствам. Такий підхід до проектування виробів масового виробництва забезпечує продуктивне використання обладнання на підприємствах, дозволяє економити сировину, знижує собівартість продукції і разом з тим дозволяє випускати велику кількість різноманітних модних виробів, що задовольняють всілякі смаки населення (додаток 13).

5.2. Проектування комплекту

Швидка зміна гострих прикмет моди, пришвидшений ритм сучасного життя і в наслідок цього прагнення людей до універсальних чи багатофункціональних речей, бажання самим підбирати окремі елементи одягу, котрі можна було б поєднувати з більш чи менш гармонійними комплектами із взаємозамінних елементів, змусило виробництво вирішувати питання про взаємозв'язок окремих виробів між собою.

Комплект (від лат. *completus* – повний) – набір одягу і предметів, які доповнюють його і складають разом з ним костюм, що відповідає певному призначенню і художньому вирішенню. Комплект складається з одиничних виробів: жакетів, спідниць, блузок, жилетів, штанів і т.і. Одиничні вироби можуть поєднуватись в різних варіантах, створюючи кожен раз новий костюм. Комплект дає можливість змінити костюм залежно від ситуації, є відкритим комплексом одягу із взаємозамінних елементів. Йому властива багатошаровість при самостійності кожного виробу. Сьогодні одяг кожної людини складається практично цілковито із комплектів, що дозволяють йому виявляти індивідуальність в створенні свого костюма, комбінуючи за власним вибором окремі предмети одягу.

Проте так було не завжди. До 1920-х років костюм в основному був ансамблем з чітко відібраними та стабільними елементами. У ці роки ідею комплекту запропонували конструктивісти, в яких ця ідея була логічним наслідком використання комбінаторних методів при проектуванні одягу. Вперше ідея комплекту була запропонована однією з творців напряму конструктивізму російською художницею Л. Поповою, яка на цій ідеї розробила в 1921 році одяг актора для спектаклю «Великодушний рогоносець» театру В. Мейерхольда. Е. Скьяпареллі в 1929 році запропонувала

костюм, що складався з шести предметів, які можна було комбінувати один з одним.

Тільки-но у 1970-х роках комплекти остаточно витіснили ансамблі з масової моди, коли стали користуватися попитом речі одиничного асортименту, з яких можна було зібрати раціональний або базовий гардероб.

Сучасне проектування одягу вже неможливе без врахування потреб суспільства в комплектах одягу, а сучасний промисловий спосіб виробництва дозволяє вирішувати питання взаємозв'язку окремих виробів, що випускаються промисловістю. Сьогодні можливість з'єднання окремих виробів в комплекти повинна закладатися в процесі проектування. Для цього необхідно врахувати, що єдність окремих виробів, які складають комплект, забезпечується їх відповідністю один одному за кольором, формою, силуетом, декором. Слід також враховувати ще одну головну потребу, яку сучасний споживач висуває до готового одягу, – можливість комбінування.

У сучасному виробництві одягу створення одиничних виробів ведеться з врахуванням можливості їх включення в той або інший комплект. Для цього вже на стадії аналізу ситуації з'ясовуються основні форми прояву життєдіяльності людини, які вимагають визначених типів одягу включаючи взуття і головні убори. У залежності від цих форм життєдіяльності розробляються одиничні вироби на одних і тих самих принципових засадах, щоби весь комплект мав загальну для усіх виробів функцію: забезпечити зручність життєдіяльності людини в конкретній ситуації.

Потім визначають загальні риси структури даного типу костюма тобто частин одягу, взуття, головного убору і т. і., визначають тип цілої форми і її частин по масі та геометричному вигляду, їх принципова конструкція, тип

матеріалу, тобто основні принципові позиції, на яких будується подальша розробка одного виробу та комплекту.

Композиційне опрацювання комплекту виробів спрямоване на досягнення спільності передусім через вибір того або іншого принципу сполучення форм. Форми костюма сполучаються між собою за наступними принципами: простого торкання, взаємного перетину, залежності форм, розташованих на відстані одна від одної.

Просте торкання виникає тоді, коли біля краю одного виробу починається інший виріб. Взаємний перетин спостерігається в комплектах, що складаються як мінімум з трьох виробів, коли верхній виріб не повністю перекриває два інші вироби (наприклад, блуза, спідниця та жилет). Принцип взаємного перетину форм знаходить відбиття в багат шаровості одягу.

Залежність розташованих на відстані одна від одної форм лежить в основі відповідності форм взуття, головних уборів та доповнень формам одягу.

Принцип взаємозв'язку форм впливає на ступінь відкритості або замкнутості форми костюма в цілому. Замкнутий стрій костюма спостерігається при простому торканні форм. У взаємному перетині форм досить яскраво виражена тенденція створювати відкритий стрій костюма, а при розкритому рішенні виробу досягається повна, буквальна, відкритість форми.

Гармонізація комплектного костюма йде шляхом пропорціювання форм та приведення їх пластики до стильової єдності. При простому торканні форм пропорціювання не викликає великих труднощів. При взаємному перетині форм пропорціюванню підлягають видимі (що виходять назовні) частини форм. При зіставленні форм, розташованих на відстані одна від одної, пропорційна залежність не має остаточного

значення. Взаємна залежність цих частин костюма визначається візуальною урівноваженістю загального комплексу форм.

З точки зору пластичної організації комплекту при простому торканні форм можливе будь-яке співвідношення форми. Це може бути тотожне, контрастне або нюансне зіставлення пластики форм. При взаємному перетині форм більш виразними є досить контрастні по пластичному рішенню форми, хоча можливі й інші співвідношення. При розташуванні форм на відстані їх пластична залежність частіше будується на нюансах. Для досягнення стильової єдності форм їх пластика відпрацьовується з урахуванням пластичних властивостей матеріалу.

Стильова єдність пластики форми створюється за єдиним принципом їх конструктивного розчленовування незалежно від закладеного принципу взаємозв'язку форм.

Комплекти проектуються з урахуванням широкої гамми пластичних властивостей матеріалу – від виконання виробів з однієї тканини, тканин-компаньйонів, тканин з пряжі однієї товщини, але різних структур, тканин з різним складом сумішей до виробів, виконаних з тканин досить контрастних пластичних властивостей, що залежить від виду волокон, характеру пряжі, структури переплетення, обробки тканин.

Колірне рішення комплекту може будуватися за принципами контрасту, спорідненості або споріднено-контрастним поєднанням. З'єднання в одному комплекті виробів з матеріалів з різними малюнками (рослинний, геометричний, тематичний) відбувається на основі візуального сприйняття цього костюма як урівноваженої, впорядкованої, цілісної системи, в якій зіставлення орнаментів не руйнують стильової єдності комплекту. Масштаб орнаментального мотиву визначається призначенням комплекту і значущістю в ньому конкретного виробу, на поверхні якого розташовуються

самі орнаменти. Щільність орнаменту та його ритмічна організація обираються в залежності від конструктивного строю виробів, що становлять комплект.

У тих випадках, коли одиничні вироби розробляються на основі стійкого типу костюма, на основі його базової конструкції, вони легко входять в гардероб людини. Характер життєдіяльності сучасної людини визначає існування тих або інших типів костюма. Масове виробництво окремих виробів та пропонована напрямом моди система зв'язку між ними дають основу для об'єднання виробів за певними принципами в комплекти. В наші дні існують різні види комплектів: домашній, повсякденно-діловий, дорожній, комплекти для відпочинку в різні пори року, для святкових випадків.

Взаємозамінність виробів в комплектах припускає застосування численних варіацій одного типу виробів. Це дозволяє сполучати в одному комплекті вироби, які узгоджуються за одними властивостями (припустимо, матеріалом), а за іншими властивостями (скажімо, конструкції чи характеру деталей) починають розвивати вже іншу тему. Таким чином, з'являється можливість використовувати цей комплект в різних життєвих ситуаціях. Можливість комбінування є однією з головних вимог, які сучасна людина висуває до готового одягу.

Останнім часом разом з обов'язковою стильовою єдністю окремих виробів в комплекті з'явилася тенденція сполучати в комплекти речі різних кольорів, малюнків, стилів. На початку 1990-х років подібне змішування отримало визначення «поєднання несумісного».

Модельєри пропонують варіанти з'єднання в комплекти контрастних за кольором різних речей, комплекти, що відрізняються продуманою недбалістю, вільною посадкою речей на фігурі, асиметрію в результаті зміщення застібки

виробу в один бік, причому вироби виконують з матеріалів різних фактур. У цьому проявляється тенденція до пошуку нових способів носіння звичних елементів одягу (додаток 14).

5.3. Проектування ансамблю

Розглянутий вище комплект з'явився як альтернатива існуванню протягом тривалого часу ансамблю. Ансамбль (від франц. ensemble – разом, відразу) – сукупність складових костюм предметів одягу і доповнень, підібраних за єдиним художньо-композиційним задумом, тобто продумана система елементів, пов'язаних між собою єдністю стилю, матеріалу, призначення, що являє собою в цілому костюм для певної людини, для конкретного використання, для вираження художнього образу.

На відміну від комплекту, який носить характер більш вільної незамкненої структури, ансамбль має структуру замкнену, жорстку, обов'язкову, яка диктує чіткі зв'язки між елементами його складових. Всі частини ансамблю взаємопов'язані між собою, більш того, підпорядковані один одному і єдиному художньо-композиційному задуму, і зміна складових ансамблю порушує весь лад, змінює всю його художню образність.

Ансамбль завдяки суворій взаємопідпорядкованості та єдності стилю його частин має особливу властивість найбільш повно виявляти образ людини і епоху. До нас дійшли історичні костюми саме в ансамблевій завершеності. Протягом усієї своєї історії ансамбль костюму постійно змінював свою систему знакових співвідношень, колірних фактурних гармоній, геометричних форм силуетних ліній, але зберігав багато частковості та багаточаровості. До речі, вже з XVI століття

костюм є багат шаровим, кожен його шар складається з частин одягу, облягаючих відповідні частини тіла людини.

Кожна історична епоха накладає свій відбиток на ансамбль костюма. Для кожного історичного періоду була своя канонізація самої системи та композиційного принципу ансамблю.

Принципи, що поєднують елементи в ансамбль, були різні: утилітарно-функціональний, естетичний, соціальний, обрядовий та ін. У залежності від цього змінювалася його система елементів і знаків. Соціальна значущість функцій костюма визначала обов'язковість системи ансамблю.

Тяжіння до створення ансамблю в різні історичні періоди було різним. Так, на межі ХІХ та ХХ століть, у зв'язку з появою промислового способу виготовлення окремих частин костюма, в масовій моді ансамблевість було значно втрачено, зв'язок між частинами костюма здійснювався за рахунок рясного декорування одними і тими ж елементами всіх частин костюма.

Однак саме в цей же час, в епоху модерну, сформувався ансамбль у чистому вигляді і став «вершиною» кравецького мистецтва, підкорити яку прагнули модельєри, що створювали моделі для індивідуального замовника. Вони розробляли весь костюм цілком, включаючи капелюхи, взуття, рукавички та інші доповнення.

У 1920-ті роки з'явилася нова структура форми: костюм більше не мав складної ракурсної пластики і будувався, як з «кубиків», – по вертикалі і по горизонталі на простих геометричних об'ємах. З'являються костюми нового призначення, такі як костюми для спорту, їзди на автомобілі, робочі костюми, уніформи. Причому основою в цих костюмах були раціональність, логіка зручності, що зменшували можливість декорування. Виникає поняття «комплект», який

більше відповідав умовам масового виробництва, бо він не зв'язаний безпосередньо з конкретним людським образом. У ці роки ансамблеве рішення костюма передбачає колірну єдність всього костюма: до сукні чи костюму підбираються в тон капелюх, рукавички, туфлі, сумочка, парасолька і т.і. (колір сукні повторювався в обробці доповнень).

Протягом усього ХХ століття змінювалися уявлення про ансамбль, однак, він добре зберігав свої позиції в моді аж до 1970-х років, незважаючи на економічні кризи і війну. Так, в 30- роки в умовах Великої депресії, коли стало неможливим підбирати до кожного плаття свій капелюх, особливі туфлі, ансамблевість костюма забезпечувалася колірною єдністю доповнень: сумка, туфлі, рукавички, капелюх повинні були бути одного кольору, але цей гарнітур можна було носити з будь-якою сукнею або костюмом, навіть контрастними за кольором. Навіть в часи другої світової війни в умовах браку тканин та інших матеріалів намагались, наприклад, зробити тюрбан з тої ж тканини, що блузу або сумку.

Після другої світової війни в епоху «ню лук», коли з легкої руки К. Діора повернулись правила «гарного тону», ансамбль взяв реванш і знову створив образ елегантною жінки, туалети якої зшиті спеціально для визначеного випадку, ретельно продумані з обов'язковими відповідними доповненнями у вигляді шляпи, рукавичок, сумочки і біжутерії.

Аж до початку 1960-х років ансамбль панував в офіційній моді. Але вже у другій половині 1960-х років він відступає на другий план – молодь відмовляється носити ретельно підібраний костюм, вільно змішуючи одяг різних стилів. Вже на початку 1970-х років місце ансамблю в повсякденному одязі займає комплект, як більш демократичне поєднання елементів костюма.

Сьогодні жінка у повсякденному житті віддає перевагу речам універсального плану, які легко поєднуються між собою. Вже зовсім необов'язково носити капелюх і рукавички, без яких раніше не виходила на вулицю ні зимою, ні в літку «добре одягнена» жінка.

У системі ансамблю тепер вирішуються костюми для виключних випадків – парадно-урочистого призначення, весільні, ритуальні, церемоніальні. Ансамбль присутній в колекціях високої моди, де він, як правило, складається з костюма або сукні, головного убору, часом фантастичного, дуже активного макіяжу, що створює яскраві, гострі образи.

Основні принципи створення ансамблю залишаються незмінними в наші дні. Перш за все він зберігає багат шаровість. Правда, багат шаровість набула іншої якості. Якщо раніше був обов'язковим зв'язок верхнього та нижнього одягу, головного убору, панчіх та взуття, білизни і прикрас, то в сучасному ансамблі таке багат шарове співвідношення частин по горизонталі (тимчасове) поступається місцем стосункам між окремими частинами костюма по вертикалі (огляд зразу).

Принципи організації ансамблю можуть бути самими різними, першорядну роль в організації костюма грають закономірності гармонії, тобто закономірності утворення зв'язків в ансамблі. Існують традиційні поєднання елементів в ансамблі: за фактурою, кольором, матеріалом.

В організації сучасної системи ансамблю можна виділити такі основні принципи, як контраст, нюанс і тотожність; пластичний взаємозв'язок; ритмічний взаємозв'язок.

Зв'язок елементів форми ансамблю за принципом подібності або контрасту полягає в побудові всіх частин костюма на базі повторення одного елемента, або на

протиставлені за формою, кольором, матеріалом, ступенем об'ємності, довжиною, шириною і т.і.

Контраст спрямований на загостреність сприйняття форми. Ньюанс є проміжним поняттям між подібністю та контрастом.

Принцип пластичного взаємозв'язку характеризується дуже поступовими переходами від однієї частини до іншої. Пластичний зв'язок особливо проявляється в костюмах святкового призначення, де характер «поведінки» форми костюма на людській фігурі, їх взаємовідносини визначають лінії взуття та головного убору. Відхилення лінії вигину фігури від вертикальної прямої визначає характер ступеню напруги лінії у взутті та сумці.

Ритмічний принцип організації ансамблю на відміну від пластичного припускає наявність одного-двох елементів, розташування яких у різних ритмічних рухах створює своєрідність і єдність образного рішення. Одним з необхідних ознак єдності форми являється переміна підтримка загального ритмічного руху кожного складового елемента форми. Уповільнений ритм одної, великої, форми повинен відповідати прискореному ритму іншої. У даному випадку діє закон взаємодоповнюючої ритміки.

В ансамблі завжди існує елемент, якому підпорядковуються всі інші елементи, причому підлеглі елементи можуть бути нерівнозначні між собою зі складними визначеними відносинами. Головним в ансамблі можуть бути одяг або взуття, зачіска чи головний убір, доповнення.

Взуття – найфункціональніша частина ансамблю – має в той же час велике естетичне значення. Коли воно завершує костюм, воно врівноважує його за пластикою, масою, кольором, фактурою, але в будь-якому випадку воно повинно відповідати костюму за стилем, формою, призначенням.

Головний убір більш ніж інші частини костюма підкреслює індивідуальність людини. Форма головного убору повинна поєднуватися не тільки з силуетом костюма, але й відповідати овалу обличчя, лінії рота, підборіддя.

Об'єднуючим початком ансамблю є тема, одна або не більше двох. Може бути тема форми, кольору тканини або фактури і т.і. Коли є дві теми, наприклад ритміка кольору будь-якої форми, тоді одна з тем повинна бути спокійнішою, підлеглою. Дві теми можуть йти паралельно, перегукуючись або перехресуючись на окремих ділянках.

Дуже велике значення в ансамблі має колір. При гармонійному кольоровому вирішенні стають привабливими навіть невиразні форми.

Особливе значення має узгодженість ансамблю з навколишнім світом. Він повинен гармонійно вписуватися за принципом подібності або контрасту (додаток 15).

5.4. Проектування колекцій

Одним з видів проектування одягу є проектування колекцій. В сучасних умовах актуальним є розробка серій моделей, що узгоджуються за принципом єдності або концепції автора, або єдності образу, або єдності структури матеріалів, або єдності форми, або єдності базових конструкцій т.д. Випуск сімейства виробів, виконаних на основі однієї базової конструкції, є особливо вигідним для виробництва, бо не вимагає частого переналагодження потоків та розробки технічної документації. Крім того, такий підхід до проектування перспективних моделей дає більший простір для подальшої їх модифікації.

Колекція (від лат. *collectio* – зібрання) – це систематизоване зібрання будь-яких однорідних предметів, які представляють визначений інтерес для того, хто їх збирає.

У сучасному проектуванні одягу під колекцією розуміється серія моделей різного призначення, що являє собою цілісну систему, створену на основі певної концепції. Колекція може складатися з одиничних виробів, з ансамблів, комплектів, доповнень і аксесуарів (додаток 16).

Моделюючі організації проектують різні типи колекцій. Тип колекції визначається її призначенням і концептуальним змістом. Розрізняють декілька типів колекцій:

1. Авторські колекції створюються окремими модельєрами або групами модельєрів. Основна їх особливість – наявність творчої концепції автора або авторів. Авторські колекції створюються для участі у творчих конкурсах, для демонстрації на міжнародних виставках та ярмарках, на презентаціях та в нічних клубах. Вони призначаються як для індивідуального клієнта, так для масового споживача. Головним завданням авторської колекції є ілюстрація потенційних творчих можливостей дизайнера або його бачення перспектив розвитку моди або способів створення одягу.

2. Перспективні колекції втілюють провідні концепції моди, як правило, на майбутній сезон, і представляють нові стилі і тенденції. Перспективними є насамперед велика частка колекцій високої моди, а також колекції відомих дизайнерів прет-а-порте, які створюються з урахуванням прогнозу моди, тенденцій розвитку економіки, способу життя т. д. Ці колекції відрізняє «гострота» образу, експерименти в галузі технології, конструкції та матеріалу.

Колекції високої моди демонструються два рази на рік: весняно-літні – у січні, осінньо-зимові – під кінець липня – на початку серпня, тобто за півроку до сезону.

Колекція прет-а-порте, як правило, є промислово базовою колекцією для цієї фірми.

3. Промислові базові колекції виробляють концепції асортименту для подальшого безпосереднього впровадження у виробництво. У цих колекціях нові стилі та модні тенденції відображаються приблизно через півтора-два роки після їх появи в перспективних колекціях. Їх демонстрація проходить на ярмарках моди.

Авторські, перспективні та промислові колекції можуть складатися з урахуванням певних ознак. Це можуть бути:

- асортиментні колекції, що представляють моделі певного асортименту, наприклад, пальто, костюми, сукні і т.і.);
- сезонні колекції;
- колекції за віковими категоріями (дитячий одяг, молодіжний одяг і т.і.);
- колекції конкретного призначення, наприклад колекції домашнього одягу, одягу для сну, для спорту та відпочинку і т.і.

Градація колекцій відбувається за ознакою адресності, тобто по тому, кому призначається одяг:

- «індивідуальний гардероб» включає серій моделей, що призначені для індивідуального клієнта;
- «масові» можуть бути для масового споживача і для певного типу споживачів;
- «групові» – розроблені для певної групи людей, поділяються на колекції форменого одягу (шкільна форма і т.і.); колекції фірменого одягу (розробляються для конкретних підприємств); колекції спеціального одягу для представництв та делегацій (наприклад, для національної команди на Олімпійських іграх) (додаток 16).

Створення кожної колекції має свою специфіку, проте існують загальні закономірності формування колекцій, а також загальні вимоги, що ставляться до них.

По-перше, відмінною рисою будь-якої колекції є її системність. Системний підхід до побудови колекції моделей одягу незалежно від типу колекції полягає в певній послідовності її створення, загальному принципі об'єднання моделей у колекцію, тобто, концептуальному підході до її організації, який полягає в гармонійній цілісності колекції, єдиному конструктивному вирішенні всіх форм, в акцентуванні конструктивних поясів, єдиному кольоровому вирішенні, у використанні єдиних структур матеріалів, їх поєднань та оздоблення виробів колекції.

По-друге, сучасна структура колекцій – блокова. Кожен блок об'єднаний своєю темою, тема може вирішуватись поєднанням одягу різного асортименту, полягаючи в єдності силуету, колірному рішенні, призначення і т.і. Традиційно колекція високої моди складалася з таких блоків: 1) верхній одяг (пальто, плащ, костюми – залежно від сезону); 2) костюми; 3) сукні для міста; 4) сукні для коктейлів; 5) короткі вечірні сукні, 6) довгі вечірні сукні; 7) бальні сукні; 8) весільні сукні. Так було в середині ХХ століття.

Під кінець ХХ століття у зв'язку з поширенням багатофункціонального одягу деякі дизайнери відмовляються від традиційно блокової структури колекції, демонструючи окремі моделі, пов'язані лише творчою концепцією. Такий підхід до побудови колекції властивий, наприклад, представникам деконструктивізму в дизайні одягу. Більшість же дизайнерів дотримуються традиційної структури колекції: 1) верхній одяг; 2) повсякденний одяг, 3) одяг для відпочинку, спорту, туризму і т.і.; 4) вихідний, святковий та вечірній одяг;

5) одяг спеціального призначення – для урочистих випадків, весільний.

По-третє, адресність колекції. Приступаючи до проектування колекції, дизайнер повинен чітко собі уявляти, для кого призначається дана колекція і яким запитам мають відповідати моделі. Тобто при створенні колекції слід враховувати типологічні особливості, такі як стать, вік, розмір, повнота, модна орієнтація, рівень доходів.

Типологія споживачів пропонує класифікацію споживача за статеві-віковими ознаками та віковими підгрупами, за ознакою повноти (19,5% дорослого населення має малу повноту, 50,5% – середню, 26,5% – велику, 3,5% – дуже велику), за ознакою модної орієнтації (експериментувати готові 2,5%, підхоплюють моду і є лідером у своєму середовищі 13,5%), слідує за модою з обережністю 34%, слідує попередній моді 34%, відкидають модні тенденції 16%).

Адресність колекції передбачає врахування рівня доходів споживачів. У залежності від нього створюють моделі дешеві – близько 65%, середньої вартості – 30%, коштовні – 2 ... 5%. Дорогі моделі створюються з високоякісних коштовних матеріалів в дусі останніх модних тенденцій, їх відрізняє унікальність конструкції та випуск малими серіями – 5–10 відображень. Чим дорожча колекція, тим з більшої кількості моделей вона складається. Для моделей середньої групи вибирають не занадто дорогі модні тканини та практичні фасони. Дешеві моделі випускаються великими серіями з недорогих тканин модних кольорів та фактур, їх відрізняє новизна в фасонах та привабливий вигляд. Чим дешевший одяг, тим менше моделей входить до складу колекції.

По-четверте, чітке уявлення дизайнера про монофункціональність або багатофункціональність моделі,

тому що від цього залежать особливості покрою, вибір тканини та кольору.

По-п'яте, врахування образу фірми. Моделі колекції повинні виконуватися в системі образу, з яким у споживача асоціюється одяг даної фірми. Це може бути консерватизм чи гостромодність, адресність до молоді або до людей старшого віку, прихильність до визначеного стилю і т.і.

Створення будь-якої колекції передбачає системний підхід і складається з трьох фаз: початкової, базової та заключної. Початкова фаза – це формування концепції колекції, визначення основної ідеї колекції, причому загальна концепція колекції може будуватися на кількох принципах. Базова фаза передбачає розробку програми колекції, яка визначається концепцією колекції, асортиментом, сировиною, призначенням моделей і всієї колекції. Заключна фаза – створення сценарію колекції, тобто композиційну побудову колекції, яка залежить від типу колекції, способу вираження основної ідеї колекції.

Беручи до уваги, що колекція – це не серія однакових або майже однакових моделей, а цілісний твір, вона, як будь-який художній твір будується за визначеними законами, законами композиції. Композиція колекції повинна бути гармонійна, єдина за стильовим рішенням, єдина в кожному блоці за характером і повинна будуватися на підрядності всіх частин колекції, її блоків, елементів усередині блоків за ознаками контрасту, нюансу або тотожності. Причому тотожність сприяє утвердженню основної ідеї колекції, нюанс – її гармонізації, а контраст пробуджує глядача, запам'ятовується, але велика контрастність може зруйнувати цілісність колекції.

Необхідною умовою цілісності колекції є наявність композиційного центру. У сценарії колекції композиційний центр – кульмінація колекції. Зазвичай сценарій показу колекції передбачає три композиційні центри – на початку, всередині та

в кінці. У К. Діора в колекціях було два композиційні центри – в середині та в кінці показу. Найефектніші моделі, символи нової лінії, він назвав «Графальгар» – «ударні сили».

Одним з важливих засобів композиції колекції є ритм. Він підсилює звучання головної теми та створює динаміку усієї колекції.

Основною умовою цілісного сприйняття колекції виступає колірна гармонія її частин, що передбачає побудову тонального та колірного розвитку рядів.

Важливою умовою, що забезпечує цілісність колекції, є споріднений характер принципів технологічного виконання виробів.

При дотриманні всіх правил і законів побудови колекції її демонстрація, доповнена музичним супроводом і світловим оформленням, являє собою цілісний гармонійний, поліфонічний твір, синтез мистецтва костюма, пластики руху, музики та світла.

Крім принципових закономірностей, за якими будуються колекції, кожній з них притаманні свої особливості, властиві тільки певній колекції. Вони залежать від її типу та призначення. Так, наприклад, авторській колекції більш притаманні єдність концепції, стилю і образу, при цьому можуть бути відсутні базові конструкції, бо головною метою, яку ставить перед собою автор, – це показати свої потенційні творчі можливості, свою творчу концепцію. У роботі над такими колекціями з усією силою розкриваються талант і майстерність дизайнера, його образно-асоціативне мислення, почуття сучасності.

У промисловій колекції найважливішою стає саме єдина конструктивна основа, єдність форми, кольорової гами, що обумовлено завданням, яке стоїть перед цією колекцією і

полягає у створенні моделей для їх подальшого тиражування в масовому виробництві.

У перспективних колекцій багато спільного з промисловими колекціями, особливо у колекцій прет-а-порте, які, по суті, є промисловими колекціями класу люкс. Їм властива єдність стилю, творчого методу, колірної гами, структури матеріалів, форми, єдності образів. Крім того, колекції прет-а-порте – це колекції-прогнози та колекції-програми для багаточисленних промислових колекцій, в той час як промислові колекції покликані запропонувати масам максимально зручний, функціонально різноманітний одяг модних напрямів. Якщо при створенні колекції на рівні прогнозування необхідно створити перспективу ідею-форму для ідеального типізованого модного зразка, то в проектуванні промислової колекції необхідно врахувати різноманіття масового споживача. Однак самі по собі концепції промислових і перспективних колекцій нерозривно пов'язані. Обидві концепції є частиною цілого і розташовані на різних рівнях одного процесу.

При проектуванні перспективної колекції основними завданнями являються: перш за все, розробка нового образного рішення костюма на основі довгострокового прогнозу моди; розробка тонального, колірного і пластичного рішення традиційного і нетрадиційного асортименту; використання в колекції нових матеріалів і фурнітури (нові тенденції в структурі матеріалів і модній колірній гамі демонструються за півтора року до сезону, наприклад в паризькому салоні тканин «Прем'єр Візіон» і ярмарку тканин «Інтершторф» у Франкфурті-на-Майні); проектування головних уборів, взуття та аксесуарів, які представляють нові тенденції та стилі, створення нових конструктивних основ для базових форм колекції, що представляють нові тенденції моди; створення або

використання прогресивної технологічної обробку при виконанні моделей, використання нових технологій; організація реклами, зокрема розробка сценарію демонстрації нової колекції, підбір моделей і створення зразків для показу (зачіски, грим моделей), вибір музичного оформлення, а також організація реклами за допомогою фотографій у журналах мод або в графічній формі.

Промислова колекція будується на основі короткочасного прогнозу, який включає динаміку попиту і ринку збуту, що залежить від об'єктивних факторів (доходи населення, рівень споживання на душу населення, роздрібний товарообіг, прогноз річної потреби в певних виробках легкої промисловості) від суб'єктивних – бажання, інтереси, схильність, індивідуальні смаки, риси характеру, вік, ставлення до моди потенційного споживача. Тобто сучасне проектування промислової колекції на рівні впровадження базується на перспективних передумовах тенденцій розвитку моди і на точній адресі створюваних виробів: кому, що, як, з чого, скільки.

Промислова колекція проектується так само, спираючись на конкретні виробничі умови, можливості конкретного виробництва та його технічне оснащення, умови сировинної бази, тобто при точному, уявленні як і з чого буде вироблятися пропонуваній в колекції одяг. Художник, що проектує промислову колекцію, має техніко-економічні обмеження (щодо застосування матеріалів, технологічного процесу, ціноутворення і т.і.).

Деякі відмінності є і в самому плані роботи над перспективними та промисловими колекціями при всій спільності їх створення. Так, перспективні колекції запропоновані будинками високої моди фірмами прет-а-порте, розробляються переважно за планом, запропонованим в середині ХХ століття К. Діором.

На першому етапі, названому К. Діором «студія», створюються перші начерки силуетних форм майбутньої колекції, розробляються ескізи моделей, відбираються найвдаліші ескізи.

Потім створюються макети моделей за відібраними ескізами, вибираються варіанти їх оздоблення. Причому, як правило, створюється кілька макетів, з яких відбирають найкращий.

На другому етапі під назвою «майстерні» розробляється план колекції, підбираються манекенниці для демонстрації тих чи інших моделей, на цих конкретних манекенниць шуються моделі по кілька варіантів, підбираються аксесуари до моделей, проводяться репетиції та остаточне доопрацювання колекції. Завершує цей етап генеральна репетиція перегляду колекції.

Третій етап, названий К. Діором «салон», це робота над постановкою показу як вистави, тобто режисерська робота, пов'язана з розробкою плану та порядку показу моделей, оформленням самого показу музикою та світлом.

Четвертий етап – «прополка колекції» – являє собою відбір моделей і проводиться до офіційного показу з вже зшитих на манекенниць речей. Відбір відбувається на основі даних про тенденції попиту. Методи відбору залежать від політики фірми. На решту моделей встановлюються ціни.

До п'ятого етапу – «створення лекал» – приступають тільки після повної розробки колекції.

Шостий етап – «демонстрація колекції» – є первинною і основною формою реклами. Прем'єрний показ нової колекції фірм прет-а-порте проводиться в рамках Тижнів моди в Парижі, Нью-Йорку, Мілані, Лондоні, Барселоні чи Дюссельдорфі, де обов'язковими глядачами є представники преси, що пропагують моду, – редактори модних журналів, оглядачі моди та фотографи – а також представники

торгівельних і організацій промислових підприємств, як після показу роблять замовлення фірмам на ті чи інші моделі та укладають договори на придбання ліцензій на виробництво тієї чи іншої моделі або серії моделей. У результаті такої прем'єрної демонстрації стає остаточно зрозумілим, якими тиражами потрібно випустити модель з представленої колекції до початку модного сезону.

На сьомому етапі, що має назву «виробництво», виготовляються серії моделей колекції.

Восьмий етап – «розподіл і реклама». На цьому завершальному етапі роботи над колекцією фірма проводить рекламну кампанію в засобах масової інформації, виставляє її на промислових виставках і ярмарках з метою отримати замовлення на виготовлення моделей з колекції, продати ліцензії на їх виробництво іншими фірмами, а також знайти ділових партнерів і розширити масштаби діяльності.

На відміну від перспективних колекцій відправною точкою для створення промислової колекції служить передпроектний аналіз сировинної бази, технологічних можливостей підприємства, призначення моделей і всієї колекції, на основі якого виробляється вже її концепція. Тільки після цього проєктанти починають розробляти серії ескізів моделей майбутньої колекції у відповідності до певної кольорової гами та конкретних матеріалів, визначають провідні силуети і стиль колекції.

На другому етапі відбувається планування колекції, тобто визначається необхідна кількість моделей, яка залежить від політики цін даної фірми, від числа колекцій, що випускаються за рік, проводиться відбір ескізів, які потім будуть втілені в матеріалі.

На третьому етапі приступають до виконання моделей, як правило, муляжним способом з макетної тканини для перевірки

конструкції, вносять корективи. Конструкція моделі найчастіше створюється методом конструктивного моделювання з використанням вже існуючих креслень базових моделей, які піддаються трансформації, в них вносяться модельні особливості. Після чого приступають до пошиття моделей на манекенниць.

Четвертий і п'ятий етапи в принципі схожі з етапами роботи над перспективною колекцією, а ось шостий етап являється етапом виробництва, на якому виготовляються серії моделей колекції, число яких в серії залежить від політики даної фірми.

Промислова колекція, яка розробляється для впровадження на конкретному виробництві, будується з урахуванням можливостей цього виробництва, необхідністю оптимізації як самого проектування, так і оптимізації розкрою, технологічних процесів.

Оптимізація розкрою полягає в максимальному заповненні площ матеріалу деталями крою при розкладці таким чином, щоби було менше відходів. При цьому конфігурація деталей повинна дозволяти здійснювати сполучення крою.

Оптимізація технологічних процесів полягає у максимальному використанні технічних можливостей виробництва, конвеєрного потоку, повної механізації процесу виготовлення виробу.

Оптимізація самого проектування також веде до необхідності створення системи стандартних уніфікованих деталей і візерунків (додаток 17).

Задля зниження матеріальних і тимчасових витрат під час впровадження у виробництво нових моделей у процесі проектування промислової колекції створюються або використовуються перспективні вихідні символи форми,

створені на базі єдиної конструктивної основи, які в процесі моделювання отримують композиційний розвиток.

Отже, промислова колекція складається з міні-колекцій моделей, розроблених на одній конструктивній основі. При проектуванні максимальна варіантність форми досягається шляхом уточнення або зміни базової основи та заповнення базової структури мобільними елементами.

На стадії проектування промислової колекції необхідними є стандартизація та уніфікація основ, технологічних вузлів і деталей, створення каталогу конструктивно-технологічних вузлів і деталей, створення каталогу конструктивно-технологічних елементів одягу, що дозволяє забезпечувати повну геометричну і функціональну взаємозамінність деталей та вузлів без додаткової механічної або ручної обробки при зшиванні.

При розробці різноманітних моделей одягу з уніфікованих деталей використовується принцип агрегування, одного з способів стандартизації, що полягає у створенні різних виробів шляхом їх компонування (складання) з обмеженого числа стандартних або уніфікованих деталей і вузлів, яким притаманна геометрична та функціональна взаємозамінність.

Уніфікація елементів і застосування комп'ютерних технологій дозволяє істотно знизити витрати і скоротити час на впровадження нових моделей.

ДОДАТКИ

Додаток 1



Макет

Додаток 2



Вода як джерело творчості

Додаток 3



Історичний костюм як джерело творчості

Додаток 4



Використання природного мотиву – квітів – у костюмі

Додаток 5



Готичний костюм як джерело творчості

Додаток 6



Моделі у стилі «ретро»

Додаток 7



Модель створена методом інверсії

Додаток 8



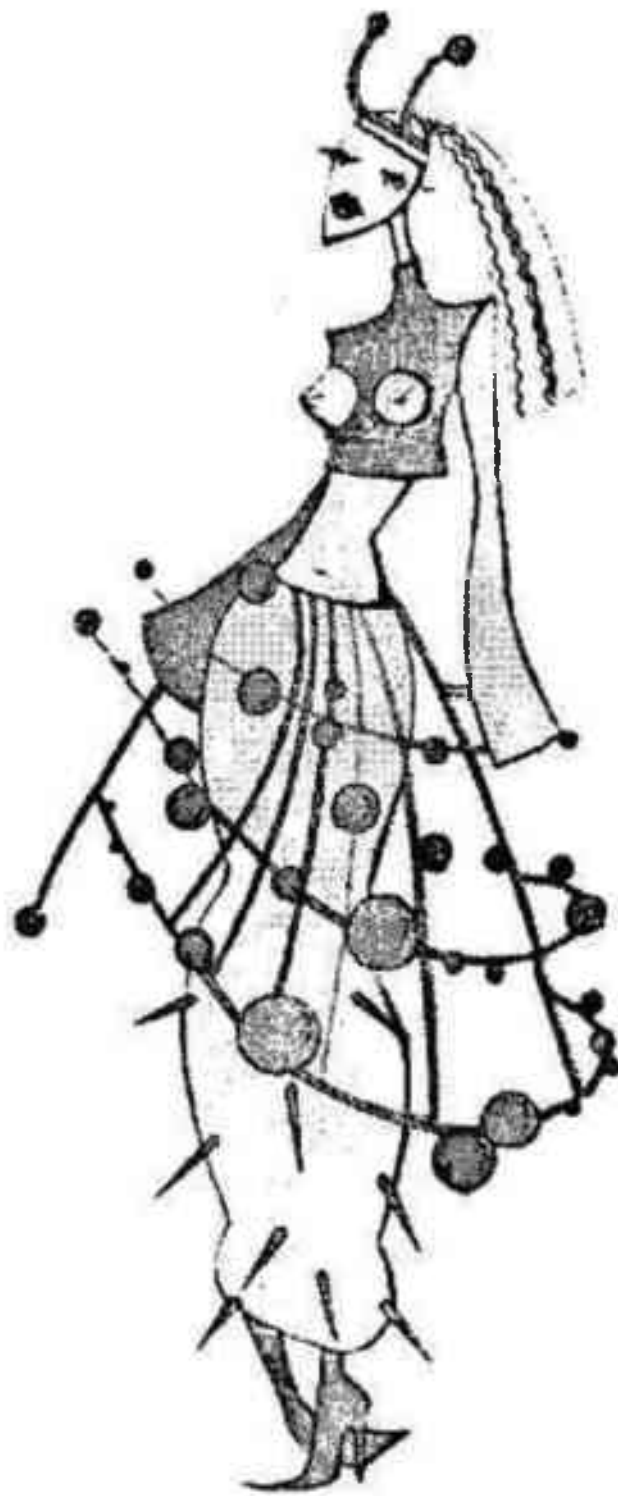
Модель створена методом деконструкції

Додаток 9



Модель створена методом аналогії

Додаток 10



Модель створена методом фантазії

Додаток 11



Модель створена методом фокальних об'єктів

Додаток 12



Одиничний виріб (модель)

Додаток 13



Серія виробів на базі однієї конструктивної основи

Додаток 14



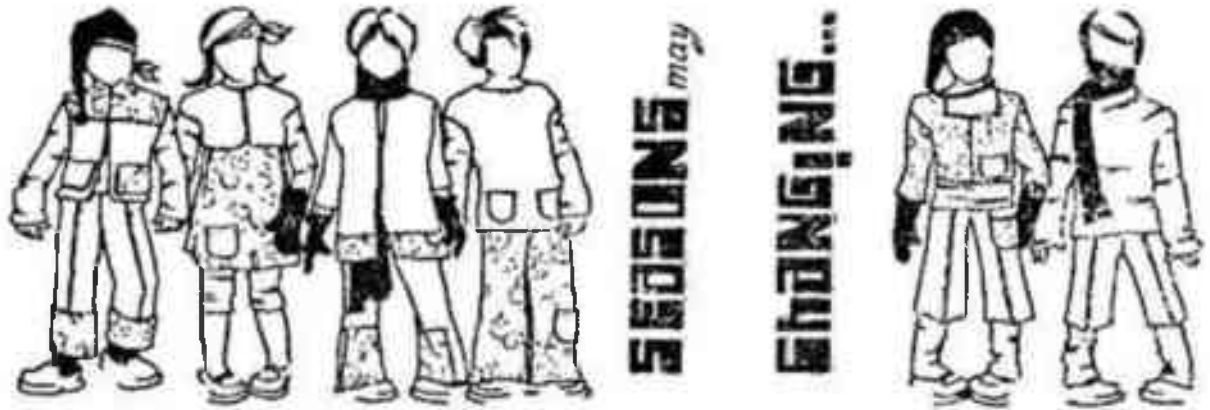
Комплект дитячого одягу

Додаток 15

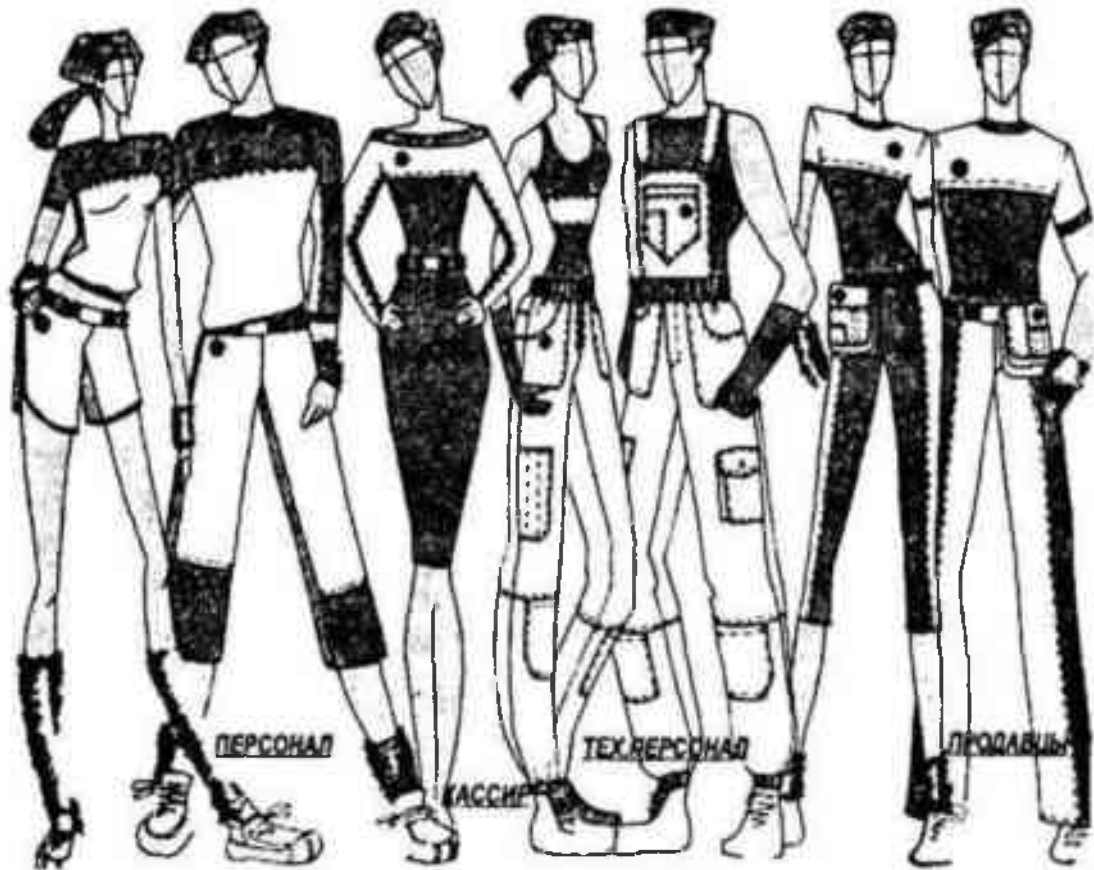


Ансамбль одягу

Додаток 16

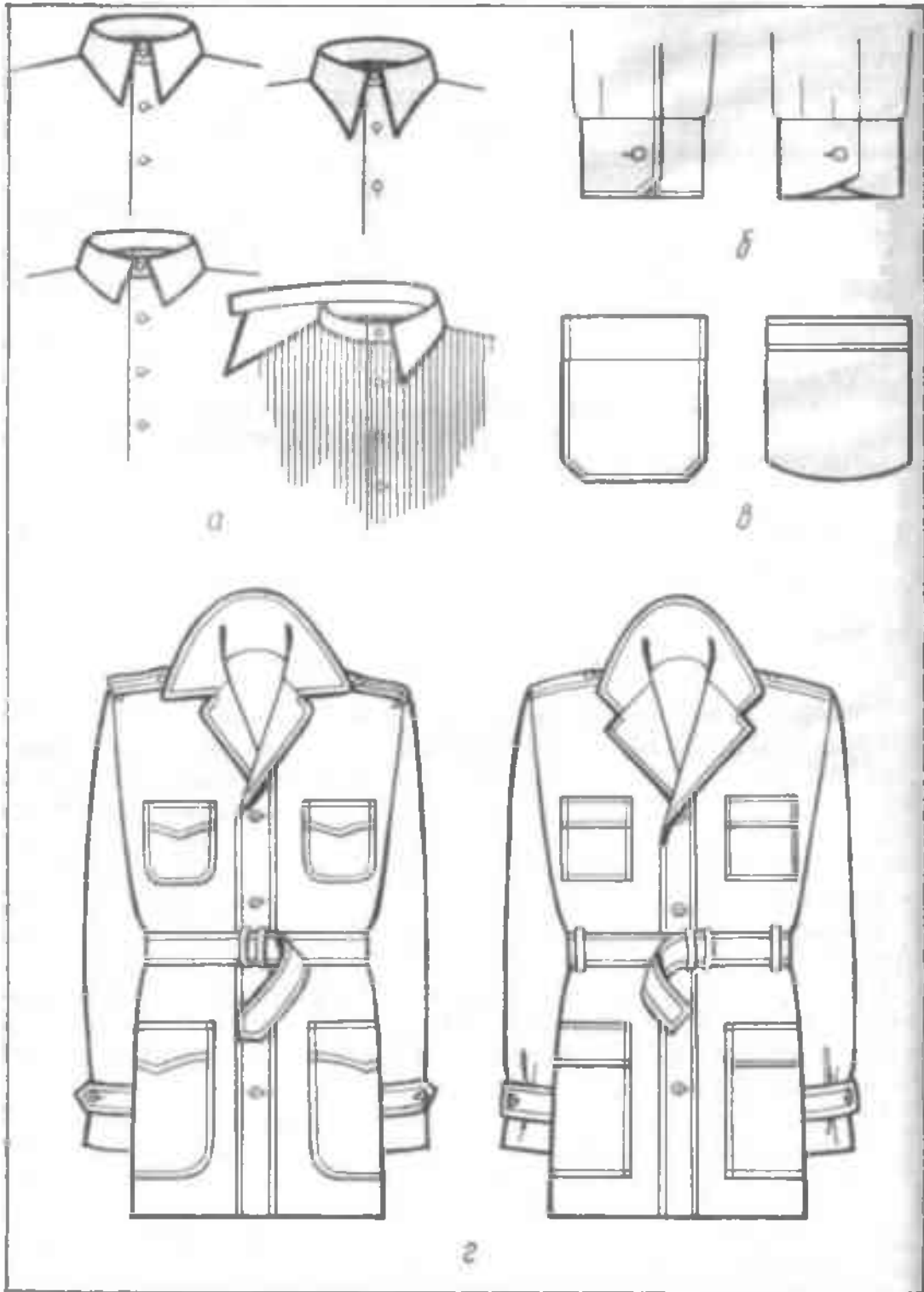


Колекція дитячого одягу



Колекція спеціального призначення

Додаток 17



Приклади використання уніфікованих деталей

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреева Р.П. Энциклопедия моды. – СПб, 1997.
2. Баженов В.И. Материалы для швейных изделий. – М., 1982.
3. Бердник Т.О. Моделирование и художественное оформление одежды. – Ростов-н/Д: Изд-во «Феникс», 2000.
4. Брун В., Тильке М. История костюма от древности до Нового времени. – М., 1995.
5. Гика М. Эстетика пропорций в природе и искусстве. – М., 1936.
6. Горбачева Л.М. Мода XX века: от Поля Пуаре до Эммануэля Унгаро. – М., 1996.
7. Горина Г.С. Моделирование формы одежды. – М., 1981.
8. Гофман А.Б. Мода и люди: Новая теория моды и модного поведения. – М., 1994.
9. Гусейнова Г.М., Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю., Ляхова Н.Б., Финашина Е.М. Композиция костюма: Учеб. пособие. – М.: Издательский центр «Академия», 2003.
10. Кащенко О.Д., Козлова Т.В. Покупателю об одежде и моде. – М., 1986.
11. Киреева Е.В. История костюма. Европейский костюм от античности до XX века. – М., 1976.
12. Козлова Т.В. и др. Моделирование и художественное оформление женской и детской одежды. – М., 1990.
13. Комиссаржевский Ф. История костюма. – Минск, 1998.
14. Кудимова Л.Н. Проектирование и моделирование коллекций одежды. – Л., 1983.
15. Литвина Л.М., Леонидова И.О., Турчановская Л.Ф. Моделирование и художественное оформление женской и детской одежды. – М., 1972.
16. Мерцалова М.Н. История костюма. – М., 1972.

17. Мерцалова М.Н. Костюм разных времен и народов. Т. 1–2. – М., 1993– 1995.
18. Орленко Л.В. Терминологический словарь одежды. – М., 1996.
19. Основы теории проектирования костюма: учебник для вузов / Под ред. Козловой Т.В. – М.: Легпромбытиздат, 1998.
20. Петушкова Г.И. Проектирования костюма. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
21. Сто дизайнеров Запада. – М., 1994.
22. Черемных А. И. Основы художественного конструирования женской одежды. – М., 1983.

Навчальне видання

ДИЗАЙН ОДЯГУ

Навчальний посібник

Укладач: Харитонова Валентина Василівна

Умань – 2019