

КРИТЕРИИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРОЕКТНЫХ РАБОТ В ДИЗАЙНЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Чуприна Наталья Владиславовна

канд. техн. наук, доцент,

Киевский национальный университет технологий и дизайна,
доцент кафедры художественного моделирования костюма,

г. Киев, Украина

Общеизвестно, что проектная разработка одежды массового спроса, как продукта индустрии моды, основана не на спонтанном вдохновении дизайнера. В основе каждой проектной разработки лежит предварительный анализ рынка сбыта, адаптация краткосрочных или текущих модных тенденций к потребностям и предпочтениям целевой потребительской аудитории, а также координация взаимодействия с производителями тканей и материалов, торговым сегментом и другим субъектами индустрии моды. В данном контексте очевидно, что предварительную проектную информацию по указанным аспектам деятельности индустрии модной одежды необходимо определить в ходе предпроектного анализа материала по каждому отдельно рассматриваемому продукту индустрии моды. Соответственно, для полновесного предпроектного анализа исходных данных для разработки актуальных моделей одежды как продукта индустрии моды, необходимо учесть такие основные вопросы как анализ предварительного задания на проектирование модной одежды как объекта индустрии моды и расширенное изучение темы проектирования.

Если конкретизировать указанные вопросы, то становится очевидным, что каждый из них формирует некий обобщенный механизм проведения предпроектных работ, направленных на формирование и внедрение определенного актуального продукта индустрии моды (моделей или коллекций модной одежды), и регламентацию системы потребления этого модного продукта, а именно:

- формулировка целей и задач проектирования, с учетом адресного проектирования и полномасштабным использованием производственных возможностей промышленных объектов индустрии моды;
- разработка параметров и основных функциональных и эстетических характеристик актуальных моделей одежды массового спроса;
- выявление и обоснование основоположных функциональных взаимосвязей между составляющими элементами проектируемых моделей одежды (как продукта индустрии моды);
- определение контрольных терминов проведения проектных работ по изготовлению модной одежды как продукта индустрии моды (на основе актуальности краткосрочных и текущих модных тенденций, а также с учетом степени эффективности применения концепции быстрого реагирования «fast fashion»).

Соответственно, охарактеризованные предпроектные работы направлены на выявление и конкретизацию эстетических и производственных требований к модной одежде, как продукту индустрии моды, именно на этапе проектной разработки. Исходя из этой цели, предпроектный анализ актуальной модной одежды сегмента «mass market», то есть промышленного производства, проводится по таким критериям (с учетом определения таких факторов и характеристик проектируемого модного продукта):

- анализ функциональности, имеющий первоочередное значение для модной одежды массового спроса, - предполагает выявление особенностей практичности и эксплуатационных свойств проектируемых изделий;
- исследование эргономичности, на основании которого формулируются безоговорочные условия эффективной эксплуатации проектируемого изделия человеком (потребителем), а также очерчиваются оптимальные свойства психологического комфорта потребителя при эксплуатации данного модного продукта индустрии моды.

- композиционно-технологический анализ проектируемых моделей одежды, в различных комбинациях и всевозможных вариантах, который способствует обоснованию использования определенных передовых технологий проектирования и конструирования, а также применения инновационных материалов и систем обработки деталей и узлов;
- учет экономических факторов проектирования моделей модной одежды как продукта индустрии моды, составляющего сегмент «mass market». Данный аспект предпроектного анализа актуален тем, что формирует влияние на конечный модный продукт таких характеристик как названные выше функциональные, эргономические и композиционно-технологические свойства проектируемых моделей модной одежды.

Очевидно, что результаты проведенных предпроектных работ должны носить характер всесторонней достоверности. В соответствии с этим, для дизайнера или модельера, создающего модели одежды массового производства как продукта индустрии моды, актуальным является анализ не только эстетических характеристик прототипа или творческого первоисточника, но и вопросы глобализации индустрии моды, а именно: окружающая среда и ее отдельные компоненты, национальные традиции и межрегиональные культурные связи, критерии создания модных образов и условности их восприятия и т.д.

С другой стороны, основополагающим для создания нетривиального модного продукта на основе описанных критериев, является не столько знание стандартов и нормативов, которые регламентируют проектирование определенного продукта моды промышленным способом, сколько критерии реализации проектной задачи в том продукте моды, который подлежит массовому производству, а соответственно, и удовлетворению предпочтений массового потребителя. Накопление, систематизация и реализация предпроектной информации в этом русле происходит путем изучения специализированной профессиональной литературы или путем анализа фактологического материала.

Однако, для эффективного результата предпроектных исследований в проектировании модной одежды как продукта индустрии моды, целесообразно консолидировать результаты теоретических и практических исследований, с целью выявления всех аспектов, которые могут быть полезны при проектировании актуальных моделей или коллекций одежды, соответствующих модным тенденциям. Таким образом, в современной индустрии моды процесс предпроектных исследований характеризуется как интерактивный, построенный на креативности (с одной стороны) и определенном восприятии материала, опробованного временем (преимущество стилевых и образных решений).

Соответственно, изучение фактологического материала имеет свою специфику, которая проявляется во взаимосвязанном изучении эстетического (неосознанного) и формализованного (аналитического) аспектов создаваемого проектного образа. Одним из стандартных вариантов модернизации проектного образа в современной индустрии является актуальная стилизация (стайлинг) прототипа. Иными словами, моральное и культурное устаревание одежды массового производства значительно опережает старение физическое, что, в условиях современного развития индустрии моды непосредственно влияет на формирование вкусовых предпочтений потребителей модной одежды. При этом, функции модной одежды (как продукта индустрии моды) остаются неизменными, в то время как ежесезонно (а то и чаще) модифицируется внешний вид и принцип изготовления моделей (поскольку он учитывает внедрение инновационных материалов и технологий в деятельность индустрии моды) [1, с.8].

С другой стороны, следует отметить, что придание моделям модной одежды массового производства новых модификаций форм и образно-декоративного решения не противоречит их стилистическому единству в пределах коллекции моделей актуальной модной одежды как продукта индустрии моды. Соблюдение стилистического или образного единства серии моделей одежды является необходимым при формировании коллекций одежды массового производства,

поскольку гармоничная неуравновешенность формы и образного содержания формирует психологический дискомфорт, воспринимается как неудовлетворенность внешним видом структурой формы и, как следствие, провоцирует ее стремительную смену. В свою очередь, это распространяется на визуально-предметный анализ формы проектируемых моделей одежды как продукта индустрии моды, функционально-композиционный анализ ее конструкции и применяемых материалов, а также, на восприятие психологических, эксплуатационных и экономических показателей. Основными критериями упомянутого анализа для проектирования актуальной одежды массового спроса, как объекта индустрии моды, являются функциональный, эргономический, композиционный [2, с.47].

Функциональный анализ опирается на тщательное исследование формы костюма дизайнером, с привлечением, при необходимости, других специалистов, таких как конструкторы, маркетологи, рекламисты... Таким образом, можно констатировать, что функциональный анализ охватывает несколько функций моделей одежды, как продуктов индустрии моды, иногда противоречивых. Соответственно, их согласование всегда приводит к компромиссу дизайнерского решения того ли иного предмета модной одежды, как продукта индустрии моды.

Таким образом, можно сказать, что анализ функциональных требований, в первую очередь, касается социального назначения изделия модной одежды, определяя взаимосвязи системы «человек – предмет (внешняя среда)».

Композиционный анализ, в свою очередь, способствует формированию критериев композиционной целостности, образно-эстетического совершенства, художественной выразительности проектируемых моделей одежды как продуктов индустрии моды. Другими словами, композиционный анализ ориентирован на формирование эстетически-образных качеств проектируемых моделей одежды массового производства, с учетом их утилитарных и функциональных характеристик. В компетенцию этого анализа также входит изучение и

определение степени удобства изготовления и монтажа на автоматизированной линии. Данный аспект является актуальным, поскольку речь идет о промышленном изготовлении модной одежды (как продукта индустрии моды), а с другой стороны, здесь учитываются свойства технологичности и эргономичности моделей одежды массового производства как объектов индустрии моды.

Критерий эргономичности достигает высоких значений при проектировании моделей одежды массового спроса за счет рациональности и эстетической продуманности моделей одежды массового производства, а также режима их потенциальной эксплуатации. Еще одним аспектом комплексного анализа проектируемых изделий индустрии модной одежды, как продуктов моды, является оценка эстетических качеств моделей, как социально-смысловых, так и эстетически-образных, а именно - анализ объемно-пространственной структуры, тектонического устройства, масштабности и пропорционирования и пр.

Таким образом, предпроектный анализ выявляет наиболее значимые требования в моделях модной одежды, как продуктам индустрии моды, которые подлежат разработке и изготовлению посредством массового производства. При этом особое значение имеет общий запас знаний в области индустрии моды и не только, а также культурный уровень дизайнера или аналитика, как в дизайнерской сфере деятельности, так и в других отраслях, например, химической, текстильной, маркетинговой и т.п.

Список литературы:

1. Галитбарова М.И. Мода как феномен культуры: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. культурологии: спец. 24.00.01 «Теория и история культуры» / Галитбарова М. И.; [Челяб. гос. акад. культуры и искусств]. - Челябинск: 2004. - 22 с.
2. Чуприна Н.В. Розробка художньо-технологічних принципів проектування колекції сучасного жіночого костюма на основі українського народного одягу / Н.В. Чуприна.- Дис на здобуття наук.ступеня к.т.н. за спец. 05.19.04 – технологія швейних виробів. – К.: 2001. – 354 с.