

УДК 658.512.2

ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ДИЗАЙН-ПРОГНОЗА В ОБЛАСТІ МОДИ ДЛЯ РОЗРОБКИ TREND-BOOK**Білей-Рубан Н. В., Сєдоухова Є. В., Галушак Е. І.**

Мукачівський державний університет

В статті класифіковані прогнози модних тенденцій та їх види як основа для досліджень і розробок в сучасній моді. Надано послідовність розробки дизайн-прогнозу, починаючи від формування цілей, задач, проблематики чи робочих гіпотез, закінчуючи побудовою серії пост ймовірнісних прогнозних моделей-сценаріїв та їх експертними обговореннями. Систематизовано методи прогнозування для теоретичних прогнозів моди. Наведена в статті схематичність зображення етапів побудови трендбуку дає можливість запустити процес прогнозування майбутніх тенденцій.

Ключові слова: прогнози, методи прогнозування, мода, тенденції моди

Актуальність прогнозування моди викликана потребами промисловості: необхідністю планувати обсяги виробництва, враховувати можливість появи нових модних зразків і освоювати нові технології, розробляти нові конструкції тощо.

Модні тренди, кольори, тканини і силуети стають відомі ще до сезонних показів мод. Важливо вчасно отримати актуальну інформацію і використовувати її при створенні модного гардероба. В такому контексті, прогнозування моди – інформація про тенденції і напрями на майбутній рік в області дизайну, моделювання і текстилю. Практика прогнозування була відома ще в 1950-х роках. Спеціальні бюро з прогнозування проводили дослідження споживчого ринку і визначали той або інший напрям на майбутній рік. Сьогодні спеціальні агентства пропонують готові проекти кольорових рішень, текстурованих ефектів і текстильних матеріалів, не говорячи вже про те, що можна отримати інформацію про загальні тенденції і стилі.

Сьогодні в світі існує велика кількість агентств з прогнозування, проте лише деякі з них змогли заслужити визнання фахівців. Найвідоміші з них: Trend Union (Франція), Nelly Rodin and Peelers (Франція), INDEX and The Bureau (Великобританія), Brain Reserve (США), The Woolmark Company and DUPONT (США), Li Edilkoort's Trend Union and Faith Popcorn's, Brain Reserve, The Bureaux, Swiss textile firm, Schoeller Textil AG, Britain based WGSN (Worth Global Style Network).

Проблемами прогнозування в контексті особливостей соціального пізнання досліджували В. П. Андрущенко, В. А. Рижко, В. П. Бех, Л. В. Губерський, В. Г. Городяненко [1].

В роботах вітчизняних та зарубіжних науковців розглядаються проблеми соціалізації особистості в контексті соціологічного аналізу моди як нормативної системи, а також питання про специфічність ролі моди в структурі вказаного процесу [2]. Мода в системі формування соціокультурних норм стає передбачуваним та прогнозованим явищем. Стають необхідними визначення принципів процесу прогнозування модних тенденцій.

Важливим результатом аналізу цих робіт є характеристика розвитку теоретико-методологічних рекомендацій розробки дизайн-прогнозу в індустрії моди.

Постановка завдання

Метою є систематизація прогнозів як основи для досліджень і розробок в сучасній моді, розуміючи що процес проектування нових моделей одягу, гардеробу завжди містить момент прогнозу. Враховуючи те, що важливою складовою творчої роботи дизайнера є трендбук як орієнтир в майбутніх тенденціях і настроях потенційних споживачів одним із завдань є використання методів прогнозування саме для розробки трендбук.

Результати досліджень

Прогнозуванням називають спеціальне наукове дослідження перспектив розвитку явищ. *Прогноз* – науково обґрунтована думка про можливі стани об'єкта в майбутньому або про альтернативні шляхи і терміни їх здійснення. Існують різні види прогнозів. Їх типологія може бути побудована за різними критеріями [3].

Існуючі види прогнозів удалось класифікувати в залежності від об'єкту прогнозу, від часу, за можливістю впливу на об'єкт і представити в схематичному виді на рис. 1. Також представлені дослідницькі прогнози, які поділяють на звичайні, науково-технічні та соціальні. Так як об'єктом нашого дослідження є мода як соціокультурне явище, то відповідно даний вид дослідження належить до соціального прогнозування.

Проаналізувавши відомі сьогодні види та класифікації прогнозів, які зображені на рис. 1 встановлено, що не дивлячись на те, як в наукових дослідженнях широко використані [3-6] елементи прогнозування, в області моди та її взаємозв'язку з текстильними матеріалами та одягом їх застосування вимагає поглиблених досліджень

і розробок. Це в першу чергу, обумовлено складністю і специфікою об'єкту прогнозування, які вимагають переосмислення методологічних і організаційних підходів до формування цілісної системи передпрогнозних досліджень і безпосередньо прогнозів.

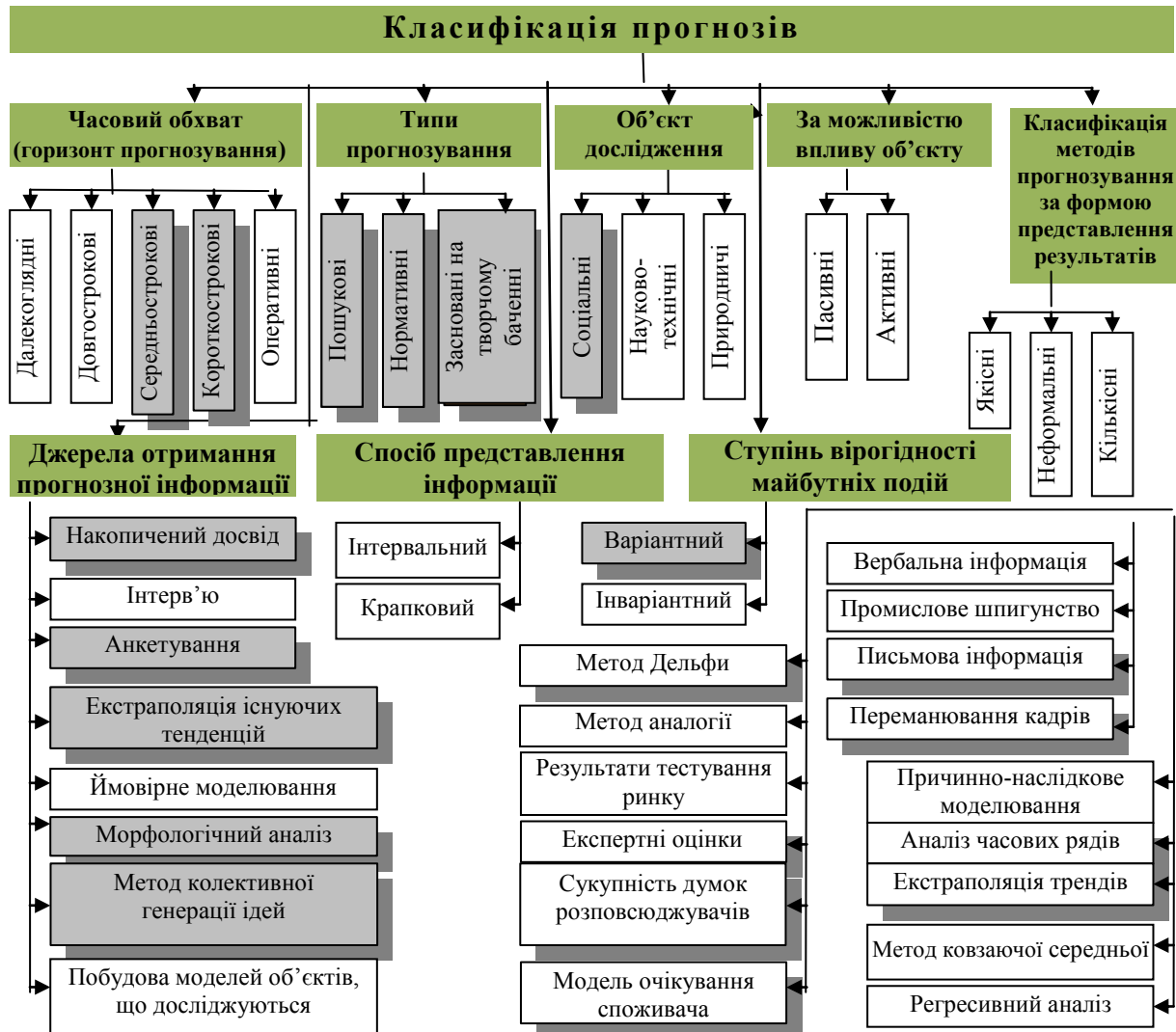


Рис. 1. Види і класифікація прогнозів

Цікавою є і типологія прогнозів, яка будується за різними критеріями в залежності від цілей, завдань, об'єктів, предметів, проблем, характеру, методів організації прогнозування. Основоположним є проблемно цільовий критерій: для чого розробляється прогноз? Відповідно розрізняють такі типи прогнозів: пошукові (їх раніше називали дослідницькими, трендовими, генетичними тощо), нормативні (їх називали програмними, цільовими) та ті, які базуються на творчому баченні [6].

Прогнози майбутнього віднесені до інтервальних, в яких передбачається деякий діапазон значень прогнозних показників.

Дуже часто в дизайні використовується поняття проектний прогноз (дизайн-прогноз), особливо тоді, якщо прогноз приймає форму проекту.

В основі прогнозування лежать такі три взаємодоповнюючих джерела інформації про майбутнє:

1. Оцінка перспектив розвитку явища, яке прогнозується, за допомогою встановлення аналогії з добре відомими процесами та явищами. Тому, при прогнозуванні моди в костюмі плідним може стати проведення аналогії з новими тенденціями в різних видах мистецтва: вивчення естетики в архітектурі, скульптурі, живопису, комп'ютерній графіці тощо.

2. Умовне продовження в майбутнє (екстраполяція) тенденцій, закономірності розвитку які в минулому і на сьогодні – добре відомі. Саме циклічність моди дає підстави для подібних прогнозів.

3. Створення моделі явища (події, об'єкта, проекту тощо) з врахуванням очікуваних чи передбачуваних тенденцій, перспективи розвитку яких відомі. В дизайні таку модель називають футуропроектом.

Технологія прогнозування містить низку послідовних етапів, які наглядно візуалізовані на рисунку 2. При цьому, зміст робіт на кожному етапі визначатиметься як специфікою об'єкта дослідження, так і вибраними методами прогнозування.

Методи прогнозування – це сукупність прийомів та способу мислення, певних ретроспективних даних, які дозволяють на основі аналізу про досліджуваний об'єкт сформулювати думку з певною вірогідністю відносно майбутнього розвитку об'єкту [6]. За оцінками вітчизняних та зарубіжних вчених, сьогодні нараховуються сотні методів прогнозування, але на практиці часто використовуються кілька десятків базових методів. Виходячи з цього, вся сукупність методів прогнозування представляється двома групами – в залежності від ступеню їх однорідності [6]:

- прості методи;
- комплексні методи.

Група простих методів поєднує однорідні за змістом та використаному інструментарію методи прогнозування (наприклад, екстраполяція тенденцій, морфологічний аналіз та ін.).

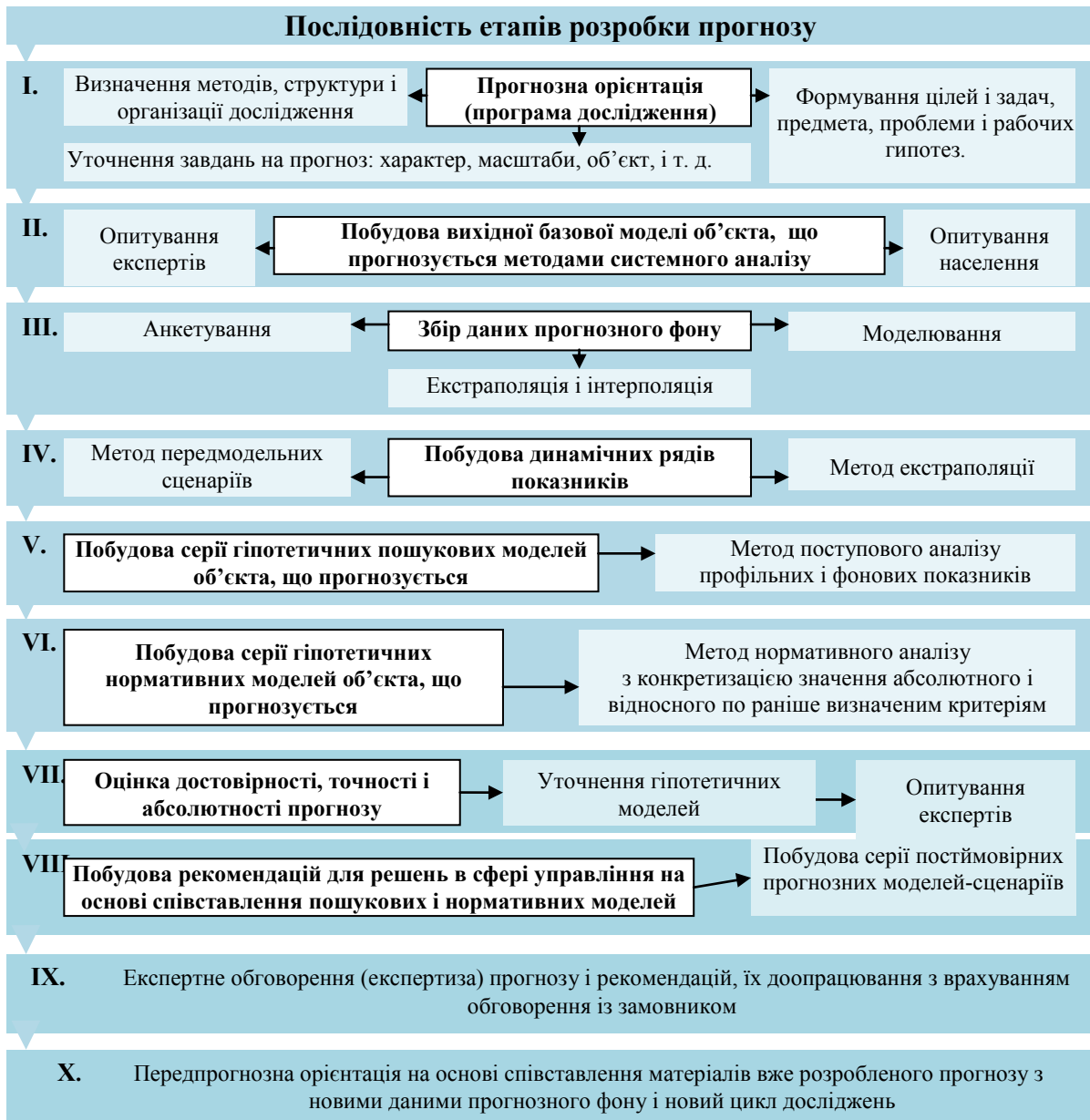


Рис. 2. Етапи розробки прогнозу

Комплексні методи відображають сукупність комбінації методів, які найчастіше реалізуються спеціальними прогностичними системами.

Крім того, всі методи прогнозування розділені ще на три класи. А саме: фактографічні методи; експертні методи; комбіновані методи.

В основу їх виділення покладено характер інформації, на основі якої складається прогноз. Зокрема:

1) фактографічні методи базуються на фактичному інформаційному матеріалі про минуле та теперішній розвиток об'єкта прогнозування. Частіше всього використовуються при пошуковому прогнозуванні для еволюційних процесів;

2) експертні (інтуїтивні) методи базуються на використанні знань спеціалістів-експертів про об'єкт прогнозування чи узагальнення їх думок про розвиток (поведінку) об'єкта в майбутньому. Експертні методи в найбільшій степені відповідають нормативному прогнозуванню стрибкоподібних процесів;

3) комбіновані методи включають методи зі змішаною інформаційною основою, в яких за первинну інформацію разом з експертною використовується і фактографічна.

Для виробників одягу в умовах жорсткої конкуренції на ринку точне знання модних тенденцій майбутнього сезону є комерційно необхідним чинником. Саме тому все більше компаній починають користуватися послугами певних тренд-бюро, основна діяльність яких направлена на розробку прогнозів в індустрії моди. Можливість заглянути в майбутнє, безумовно, коштує чималі гроші, але успіх актуальних колекцій здатний окупити всі витрати на розробку.

Проте, поширеним на Заході є інший підхід до прогнозування моди, орієнтований на всі структурні компоненти моди в цілому – прогнозуються різні аспекти способу життя людей і їх потреби. Нова річ починається саме з вимог споживачів, творцем нової речі (і нової моди) є споживач, тому прогнозування моди тісно пов'язане з прогнозуванням соціальних потреб, споживчої користі. Такий підхід до прогнозування віднесений до методу експертних оцінок. Прогноз моди ґрунтується також на соціологічних прогнозах, які робляться за допомогою анкетування: прогнозі способу життя, демографічному прогнозі, прогнозі зайнятості і рівня освіти тощо. При цьому визначаються перспективи розвитку потреб суспільства, мотиви поведінки і т.п., вивчається структура і характер діяльності людини або соціальної групи, умови життя. Саме така інформація дає можливість прогнозувати майбутню моду.

У західних фірмах прогнозуванням моди займаються такі фахівці як «тренд-скаути» (trend-spotters, trend-hunters), які вивчають стихійну моду вулиці, відвідують всі модні локації (нічні клуби, дискотеки), прем'єри, місця скупчення великої кількості людей (рок-концерти, стадіони, торгові центри тощо), виявляють новітні тенденції, наприклад, в нетрадиційних способах носіння одягу, поєднанні елементів, надання переваги певним стилям. Крім того, передбачити майбутні модні тенденції можна, уважно проаналізувавши останні колекції тих дизайнерів одягу, яких вважають

авангардистами в моді [7-9]. На сьогоднішній момент принцип роботи всіх тренд-бюро залишився незмінним, процес прогнозування майбутніх тенденцій в основному складається з трьох етапів, схематичне зображення яких наведено на рисунку 3.



Рис. 3. Схематичне зображення етапів побудови тренд-буку

Як видно з рис. 3, перший етап охоплює збір і аналіз інформації про нові напрями в моді і культурі по всьому світу. Саме тому всі ведучі тренд-бюро мають в штаті тисячі агентів (trend-spotters, trend-hunters) в різних країнах, які вивчають і аналізують соціальні зміни, досягнення науки, спілкуються з представниками субкультур, дизайнерами, художниками і культурологами. В принципі, це можуть бути люди абсолютно різних професій, тенденції розповсюджуються не тільки на одяг і текстиль, але і на промисловий дизайн, інтер'єр, меблі і архітектуру. Завдання трендхантера – вловити початок розвитку чогось нового в культурі, зуміти виділити новий тренд, який має достатній потенціал вплинути на майбутню моду.

Після складання тенденцій, що мають яскраво виражений характер, ці дані виносяться на обговорення з рештою фахівців тренд-бюро, проводиться колективне обговорення зібраного матеріалу (brainstorming) і виділення найбільш активних тенденцій, виявляються причини виникнення того або іншого тренда, аналізується їх подальший розвиток.

В результаті, дослідники визначають 4-5 основних макро-трендів, які і стають ключовими для майбутнього сезону. Для клієнтів звіт про виконану роботу надається у вигляді трендбуків, які містять всю інформацію про актуальні напрями в текстилі, одязі і аксесуарах майбутнього сезону. У трендбуках детально описується кожна тема нового сезону: фотографії образів, форми і силуети, палітри кольорів, продемонстровані фактури і матеріали, які стануть актуальні в майбутньому, приведені приклади текстильних матеріалів, фурнітури і пряжі. Трендбуки випускаються окремими виданнями: жіноча, чоловіча, дитяча і підліткова мода, які у свою чергу можуть бути представлені окремо по стилях одягу: трикотажна мода, білизняний одяг і пляжна мода, спортивна мода, аксесуари тощо.

Отже, робота тренд-бюро і їх результат роботи – трендбук, є важливим складовим компонентом як в творчій діяльності дизайнера так і діяльності підприємства взагалі, оскільки вони дають змогу отримати важливу інформацію, яка дозволяє зорієнтуватись в майбутніх тенденціях і настроях потенційних покупців. Трендбуки відомих тренд-бюро світу є дорогими і недоступні для пересічного громадянина. Їхніми послугами користуються такі компанії як United Colors of Benetton, Cherruti, Bata, Chanel, D&G, Zara, Ray Ban, FILA, Adidas, Levi's, Puma, Lacoste та інші.

Висновки

1. Визначено особливості методів прогнозування з врахування необхідних умов роботи в області прогнозування моди. Це дало можливість систематизувати прогнози, які дозволяють оцінювати майбутню перспективу модних тенденцій і врешті-решт формують дизайн-прогноз.

2. З врахуванням технології прогнозування сформовано послідовність етапів розробки прогнозу, зміст робіт на кожному з яких визначається як специфікою об'єкту дослідження, так і вибраними методами прогнозування.

3. Візуалізовано процес прогнозування майбутніх тенденцій, що в основному складається з трьох етапів, схематичне зображення яких є, на нашу думку, основою

отримання інформації про нові напрями в моді, культурі та може слугувати базою для побудови трендбуку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Городяненко В. Г. Соціологія. [Підручник для студентів вищих навчальних закладів]. / В. Г. Городяненко – Київ: Видавничий центр «Академія». – 2002. – 560 с.
2. Лагода О. М. Мода в дизайні одягу: теорія та практика. [Навч. посібник] / О. М. Лагода. – Черкаси: ЧДТУ. – 2010. – 247 с.
3. Кирсанов К. А. Прогнозирование научно-технического прогресса в отраслях промышленности. Часть 2. Методы прогнозирования / К. А. Кирсанов, Р. И. Песелева, А. А. Гвоздик и др. / Под ред. К. А. Кирсанова. – М. : ВНИИПИ. – 1991. – 160 с.
4. Грабовецький Б. Є. Економічне прогнозування і планування. [Навчальний посібник]. / Б. Є. Грабовецький – К. : Центр навчальної літератури. – 2003. – 188 с.
5. Згуровський М. З. Сценарний аналіз як системна методологія передбачення. [Текст]. / М. З. Згуровський // Системні дослідження та інформаційні технології. – 2002. – № 1. – С. 7-36.
6. Бестужев-Лада И. В. Социальное прогнозирование. [Текст] курс лекций. / И. В. Бестужев-Лада, Г. А. Наместникова – М. : Педагогическое общество России. – 2002. – 392 с.
7. Известный трендсеттер Ли Эделькорт [Електронний ресурс] // – Режим доступу до ресурсу: <http://trend-review.livejournal.com/78719.html>
8. Тангейт М. Построение бренда в сфере моды. От Армани до Zaga. [Текст] / М. Тангейт – М. : Альпина Бизнес Букс. – 2007. – 292 с.
9. Розробка колекцій одягу: навчальний посібник. / А. М. Малинська, К. Л. Пашкевич, М. Р. Смирнова, О. В. Колосніченко – К. : ПП «НВЦ Профі», 2014. – 140 с.

Основные составляющие прогноза дизайна в области моды для разработки trend-book

Билей-Рубан Н. В., Седоухова Е. В., Галушчак Э. И.

Мукачевский государственный университет

В статье классифицированы прогнозы модных тенденций и их виды как основа для исследований и разработок в современной моде. Дана последовательность разработки дизайн-прогноза, начиная от формирования целей, задач, проблематики или рабочих гипотез, заканчивая построением серии поствероятностных прогнозных моделей-сценариев и их экспертными обсуждениями. Систематизированы методы прогнозирования для теоретических прогнозов моды. Приведенная в статье схематичность изображения этапов построения трендбука дает возможность запустить процесс прогнозирования будущих тенденций.

Ключевые слова: прогнозы, методы прогнозирования, мода, тенденции моды

Basic constituents of design prognosis in the area of fashion for development of trend-book

Bilei-Ruban N., Siedoukhova Ye., Halushchak E.

Mukachevo state university

In the article have been classified forecast's types as a base for research and development in modern fashion industry. Sequence design forecast's development starting with the setting the goal, tasks, and issues or working hypotheses and ending up with formation the series of post predictive models of probability scenarios and their expert discussions have been posted. Methods for predicting theoretical example of fashion have been systematized. In the article there has been presented the schematic image of trend book construction stages that provide an opportunity to start the process of future trends forecasting.

Keywords: forecasts, forecasting methods, fashion, fashion trends