

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди
Кафедра теорії і методики мистецької освіти та диригентсько-хорової
підготовки вчителя

ЧАС МИСТЕЦЬКОЇ ОСВІТИ

ЗБІРНИК СТАТЕЙ VIII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ МИСТЕЦЬКА ОСВІТА: ПОШУКИ ТА ВІДКРИТТЯ

16-17 червня 2020 року

I частина

TIME OF ART EDUCATION

**COLLECTION OF ARTICLES VIII OF THE ALL-UKRAINIAN SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

ART EDUCATION: SEARCH AND DISCOVERY

Харків 2020

УДК 37.032

ББК 85я43

Ч-24

Редакційна колегія

Фомін В.В. доктор педагогічних наук, професор (гол. ред.)

Калашник М.П. – доктор мистецтвознавства, професор

Матвеева О.О. - доктор педагогічних наук, професор

Мартинюк Т.В. – доктор мистецтвознавства, професор

Полубоярина І.І. – доктор педагогічних наук, професор

Смирнова Т.А. - доктор педагогічних наук, професор

Соколова А.В. - доктор педагогічних наук, професор

Тарарак Н.Г. - доктор педагогічних наук, професор

Тушева В.В. - доктор педагогічних наук, професор

Перетяга Л.Є - доктор педагогічних наук, професор

Бурма А.В. канд.пед. наук, доцент

Затверджено редакційно-видавничою радою Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди

Протокол № 7 від 19.11.2020р.

У збірнику подано статті VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Мистецька освіта: пошуки та відкриття».. Збірник розрахований на студентів, магістрантів, аспірантів, докторантів, здобувачів, педагогічних і науково-педагогічних працівників науково-дослідних інститутів, ЗВО, учителів мистецьких шкіл.

Ч-24 Час мистецької освіти «Мистецька освіта: пошуки та відкриття»: зб. статей VIII Всеукраїнської наук. - практ. конф., (16-17 червня, 2020) / заг.

ред. В.В. Фомін, Харків: ХНПУ імені Г. С. Сковороди, 2020, Ч-І. 186 с.

ISBN 978-617-7298-28-0

Редакційна колегія не завжди поділяє позицію авторів.

Автори статей несуть повну відповідальність за опублікований матеріал.

Мова видання: українська, англійська

УДК 37.032

ББК 85я43

© Харківський національний педагогічний
університет імені Г.С. Сковороди, 2020

УДК 687.01

Діана Дегтяр

магістр 1 курсу, 53-М групи
Харківського національного
педагогічного університету
імені Г. С. Сковороди,
факультету мистецтв, кафедра дизайну

АНАЛІЗ МОДНИХ ТЕНДЕНЦІЙ. ВІДОБРАЖЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ ТА НАСТРОЮ ЧЕРЕЗ ВИБІР ПРИНТА

Науковий керівник – доцент М.Г.Куратова

Анотація: Одяг є однією з тих речей, в яких людство буде мати потребу завжди. Тема його створення: пошиття та моделювання не втрачає свою актуальність. Естетична функція одягу і є однією з причин створення модної індустрії. Одним з напрямків роботи в цій сфері є аналіз сучасних тенденцій та прогнозування їх подальших змін. Одним із активних засобів виразності образу є принт, тож дослідження цього інструменту буде необхідним для створення в подальшому нових колекцій та буде впливати на актуальність самої колекції на ринку.

Ключові слова: принт, одяг, колекція, мода, колір, тенденція, дизайн, аналіз, індивідуальність, засіб виразності.

Annotation: Clothing is one of those things that humanity will always need. Theme of clothing: sewing and modeling, do not lose their relevance. The aesthetic function of clothing was one of the reasons of creating a fashion industry. One of the areas of work in this industry is to analyze current trends and predict their subsequent changes. One of the active means of expressing an image is a print, which means that researching this tool will be necessary for the subsequent creation of new collections. And it will affect the relevance of the collection itself in the market.

Key words: print, clothes, collection, fashion, color, trend, design, analysis, individuality, means of expression.

Постановка проблеми. Створення модної індустрії в минулому розширило можливості та потенціал виробництва у сфері пошиття одягу. Запровадження нових технологій дає можливість втілювати у життя найрізноманітніші види речей. Покупець в свою чергу стає більш вибагливим, через багатство вибору, і для того щоб вразити його, у сфері модної індустрії нам необхідно проводити систематичний аналіз тенденцій та прогнозувати, які бажання та потреби на базі цього можуть виникнути у покупця в майбутньому.

VI. ВИКОНАВСЬКА МАЙСТЕРНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МИСТЕЦЬКИХ ДИСЦИПЛІН

Оскільки одним із яскравих засобів виразності є принт, то в дослідженні сучасних тенденцій він буде грати важливу роль.

Серед багатьох напрямів, в яких може рухатись мода, основним є створення максимально індивідуального образу для кожної людини. Тож унікальність і буде основною тенденцією, а вирішується вона за допомогою нестандартних дизайнерських рішень, у тому числі, через використання максимально незвичайних принтів.

Аналіз медійних ресурсів це основний принцип збору інформації в сфері модних тенденцій. Офіційні представники фірм, що лідирують у виробництві яскравого дизайну та високоякісного одягу, ведуть зараз сторінки у соціальних мережах, де ми можемо бачити найсвіжіший контент, процеси створення нових колекцій, ідеї та реакцію споживачів на них у вигляді коментарів та участі у швидких опитуваннях. Тож основою до складення аналізу модних трендів і буде підбір інформації з медійних ресурсів. Можна віднести до таких ресурсів інтернет та соціальні мережі, сферу ЗМІ, кіно та телебачення в цілому.

Викладення основного матеріалу. Першим брендом, який потрібно було б проаналізувати, є DIOR, який на цей літній сезон пропонує речі, які за основу і мають принт. Основна тема цього дому зараз – флористичні принти. Вони мають за базу пастельні кольори, ніжні силуети, зображення трав, рослин, які мають витончені переплетення, тонкі лінії, плавні, неконтрастні переходи. Поряд із візерунками квітів є моделі, принт який іде блоками розпливчастої фарби. Спідниці плісе мають принт монохромний, у вигляді фарбових плям, в той час як блузки мають за основу райдужні переливи фарби, де в основі кілька кольорів складних відтінків. Загалом ідеєю є навіювання атмосфери літного квітучого поля, фарби мають такі відтінки, які ми бачимо, коли наші очі вже стомились від літнього сонця, коли земля настільки тепла, що має свій трав'яний аромат, гарячий та свіжий.

Лідер у використанні принтів це Alexander McQueen. Якій підтримує тенденцію до популярності речей, які наче розмальовані вручну. Найвідоміші це колекції костюмів з принтами робіт фотографа John Deakin, та наступна з циклу

розмальована фарбою колекція костюмів натхненням для яких стала палітра художника. Варто зауважити, що створенню принта вони надають багато уваги. Нові форми та технології пропонують споживачу, та заохочують покупця бути частиною створення нового принта. Так під час пандемії дизайнери цього бренду пропонували декілька челенджів для публіки під тегом #McQueen Creators, одним серед них було створення особливого принта. Своєю технологією, у рамках цієї програми, поділився дизайнер бренду SimonUngless. Процес створення кардинально нового рішення можна побачити на сторінці бренду у Instagram.

PRADA натомість, віддає перевагу мінімалізму у принтах. Темою цього бренду є витонченість та лаконічність, тож принти на речах розташовані акцентно. Часто це напис назви бренду, який є колірною тонкою лінією, і не займає багато місця, проте є невід'ємною її частиною, адже є центром колірної композиції. Особливо це проглядається у їх колекції спортивного одягу.

Висновки. Аналізуючи ресурси з цього питання можна було виділити три бренди, які є найвідомішими представниками у сфері виробництва одягу. Принт є невід'ємною частиною їх нових колекцій, але використовується як прояв індивідуальності бренду в залежності від його форми та зовнішнього вигляду. Для покупця незвичайність та відмінність самого бренду також буде проявом власної індивідуальності, а сам принт у цих речах використано так, щоб покупець відчув унікальність дизайну, бо принт як такий не має яскраво виражених елементів, і навіть якщо споживач придбає дві речі з однієї колекції, вони не будуть однакові через специфіку принта. Основною загальною рисою цих виробів є погляд на речі очима сучасної людини, бо зараз як ніколи актуальне специфічне сприйняття найпростіших речей, унікальне, проте раціональне мислення. Тож аналізуючи модні тенденції, аналоги, тренди, спираючись на офіційні представлені колекції найвідоміших модних домів, ми робимо висновки стосовно того, які елементи в одязі будуть найактуальнішими та вигіднішими.

VI. ВИКОНАВСЬКА МАЙСТЕРНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МИСТЕЦЬКИХ ДИСЦИПЛІН

Список використаних джерел

1. Легенький Ю. Г. Дизайн одягу: посібник / Юрій Григорович Легенький // Київ: КНУКіМ, 2008. 374 с.
2. Дональд А. Норман. Дизайн привычных вещей = The Design of Everyday Things. М.: «Вильямс», 2006. 384 с. ISBN 0-465-06710-7
3. И. Розенсон. Основы теории дизайна. СПб.: Питер, 2006. 224 с. ISBN 5-469-01143-7
4. Офіційний сайт Alexander McQueen . [Електронний ресурс]. Режим доступу: alexandermcqueen.com
5. Офіційний сайт Calvin Klein.. [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.calvinklein.se
6. Офіційний сайт Vogue. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://vogue.ua>
7. Офіційний сайт Pantone. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.pantone.com>

<i>Діана Дегтяр</i> АНАЛІЗ МОДНИХ ТЕНДЕНЦІЙ. ВІДОБРАЖЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ ТА НАСТРОЮ ЧЕРЕЗ ВИБІР ПРИНТА	163
<i>Ярослав Комаревцев</i> КОСПЛЕЙ ЯК НОВІТНІЙ ВИД ДИЗАЙНУ ОДЯГУ	167
<i>Андрій Дубров</i> МИСТЕЦТВО І ДИЗАЙН В КОМП'ЮТЕРНИХ ВІДЕОІГРАХ.....	172
<i>Владислава Гаврутенко</i> ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ТА ЙОГО СКЛАДОВА.....	178