

4.2 Дизайн и мода

УДК 687.016

АНАЛИЗ СЕГМЕНТИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОЙ МОДЫ

Попковская Л.В., доц., Захарчук Н.С., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. *Принципы сегментирования устойчивой моды подразумевают этапный процесс исследования: вопросы использования метода апсайклинг и специфика его критериев; переработка отходов промышленного кроя изделий как продукта моды; приобретение практических навыков в учебном процессе для студентов 2-5 курса специализации «Дизайн швейных изделий».*

Ключевые слова: устойчивая мода, экология, переработка материалов, мода, проект, одежда, производство и потребитель.

С 2019 года устойчивая мода закрепилась в мировой fashion-индустрии как основное понятие. Разнообразие ее сегментов привлекает дизайнеров как больших предприятий легкой промышленности, так и малого бизнеса. Переработка отходов промышленного кроя изделий как продукта моды является основной базой данного исследования.

Первопричина: ориентация на производство новой продукции для отечественного потребителя в связи со снижением финансирования предприятий, поиск забытого старого.

Задача исследования: переработка отходов кроя как одного из сегментов устойчивой моды наряду с использованием мерного лоскута, изобилие одиночных рулонов ткани, невостребованных излишков закупочных материалов с целью сокращения количества залежей производства на складе, включающих искусственный мех и трикотажные полотна, имеющих практическое применение в сфере современного дизайна устойчивой моды.

Вся сложность заключается в универсальности идеи, привлекательности внешнего вида, при соблюдении одного из трендов. Ярким примером является применение клетки в стежке плащевой ткани на утеплителе, в отделке фланелевой тканью с рисунком «крупно-раппортная клетка», используемой в качестве подкладки. Принцип «дуплекс» привлекает внимание к использованию существующих тенденций моды. Натуральность внутреннего слоя усиливает значимость разработки, акцентируя внимание на гигиенических свойствах экологичных материалов. Второй фактор полезности – экономия материальных затрат, не предусматривающих закупку нового сырья, где наблюдается перерождение втор сырьевой продукции, в виде тканей верха подкладки, синтепона, фурнитуры и т.п. Третий фактор – «отходы», как понятие, не ассоциирующиеся с выгодой, но в контексте мировых событий и в связи с эпидемиологической обстановкой, поставки тканей зарубежного производства остаются ограниченными, предприятия легкой промышленности вынуждены находить потенциально-объективные fashion-факторы, помогающие добиться конечного результата – полной реализации готовых изделий нового образца. Четвертый фактор – хозяйственно-экономический. По словам ведущих специалистов, проще выбросить отходы на свалку, чем провести их списание, что явно делать нельзя при решении общих проблем окружающей среды. Именно поэтому швейные предприятия привлекают опытных дизайнеров на условиях коллаборации за счет «медийности» и «популярности» данного специалиста для увеличения прибыли в конкретно-заданных условиях существующего бренда.

Утилизация отходов от производства швейных изделий, является одной из наиболее важных проблем. В данном случае, рассматриваются вопросы практического использования отходов текстильного тиражирования. Примером является использование остатков склада подготовительного цеха ОАО «Знамя индустриализации» (Республика Беларусь, Витебск), в результате которого решаются вопросы борьбы за экологию; повышается значимость заведомо-приобретенной сырьевой базы, не растроченной вовремя, а сэкономленной на сегодняшний день. В этом случае, чтобы повысить ценность продукта с учетом географии потребительского рынка и требований устойчивой моды, значительно повышается роль креативной команды экспериментального цеха. Необходимо увидеть то, что не было

желаемым ранее и создать то, что раскупится «как горячие пирожки». Хочется отметить, что мерный лоскут имеет определенные размерные признаки, которые затрудняют производство моделей при раскладке лекал в условиях подбора конкретной длины кусков. С учетом нормы раскладки деталей кроя формируется заказ на количество выпускаемых моделей. Изделия для внутреннего рынка имеют свои особенности: отставание от мировых трендов минимум на два года, о чем свидетельствует неподготовленность населения, их суждения: «Я что, пугало? Это надеть?». И желание приобрести, если это увидел на улице или появляется у кого-то из близкого окружения: «Я вчера увидела такое пальтишко...!»; отсутствие определенных соответствующих материалов из-за проблем их снабжения, когда то ниток нет в тон, то фурнитуры как подходящих молний или пуговиц, что явно сводит производственные вопросы к нулю или затормаживает сам процесс, увеличивая при этом временных сроки выпуска изделий и их сбыта; отсутствие этики общения в коллективе, что всегда безумно расстраивает дизайнера, а фразы от рядовых сотрудников предприятия, брошенные невзначай: «Мне совсем не нравятся эти брюки! И я бы их никогда не надела, тем более купила! Зачем Вы их запускаете?!» – просто занижают веру в себя, знания и свой опыт.

В ходе исследования замечено, что конструктивные базы построения современных изделий значительно поменялись, следует уточнить, что так называемые давальческие заказы предоставляют пакет лекал моделей, где имеются нарушения баланса изделия, когда боковой шов смотрит вперед, где расчетные признаки по данным переда модели уменьшены в ее длине и, таким образом, меняется силуэт, появляется вздернутость и профильный угол наклона линии низа. Для отечественного покупателя главный фактор – утилитарный, рабочая функция первостепенна, его полезность в личном гардеробе как выношенной телогрейки, переделанной в жилет народными умельцами. На момент выпуска значимость изделий доминантно возрастает от мощности эмоционально-заряженных частиц, максимально потраченного времени и потенциального мастерства специалистов на воздействия всех ресурсов. Живой интерес к ново созданным изделиям актуализирует процесс моделирования до его совершенства, воплощение креативных замыслов, решения существующих проблем, ликвидация конкретного вида материалов и четко указанного метража. Трудозатраты и творческие показатели морально и значительно велики. Излишки материалов, технический процесс, однородность ткани, показатели лабораторных исследований на устойчивость к ВТО и запуск производства – все это преднамеренно оправдано ценной, без нанесения ущерба. По мнению автора, ценовые показатели должны быть завышены, с целью более длительного использования продукта моды. В эпоху тенденции fast fashion, когда при наличии многообразия предметов дешевой одежды, появления одноразовых вещей, вспомнить хотя-бы защитные маски или полотенца и тапочки в гостиницах, ее «далекая» мода, как мировой тренд, теряет привычку быть лидируемой – она становится только полезной. Ключевую роль играют такие аспекты метода апсайклинг как использование текстильных отходов в том виде, в котором они появляются на предприятии в неопределенный сезон года. Именно этот метод предусматривает появление новых моделей одежды или аксессуаров путем римейка отходов (рис. 1).



Рисунок 1 – Применение текстильных отходов в качестве авторской аппликации

Ремоделирование является наукой и становится знаком аудиторной моды. В подобных условиях проектируемая одежда становится концептуальной, поскольку исследуются культурные и экономические значения одежды ее взаимоотношения со средой и самим человеком, его фигурой и антропометрическими особенностями. Первичным обращением к сегментам устойчивой моды является создание рекламной коллекции ВГТУ, спроектированной в 2010 году студентами второго и пятого курса в рамках дисциплины

«Муляжирование». Используемые ткани были приобретены на складе отходов РУПТП «Оршанский льнокомбинат». Данный подход способствовал проявлению свободы мышления без учета технологических норм и созданию студенческих моделей женской летней одежды на более длительный срок использования. В перспективе необходимо уделить должное внимание модульным моделям для проектирования изделий из моно-материалов или введение комбинаторики материалов и методов переработки отходов как апсайклинг и ремоделирование [1]. Другим примером соответствия современным эко-трендам является разработка коллекции «Ассортиментная» в рамках инновационного проекта. Старт-ап как творческий процесс объединяет идеи 17 авторов, усиливает профориентационный потенциал факультета дизайна. Убедительно транслируется совершенство коллекции на этапах её формирования от 51 эскиза до утверждённых и созданных в материале 61 изделия. Примеры визуализации опыта с развитием многократного использования студенческих разработок в условиях выставочной деятельности на постсоветском пространстве и предусматривает популяризацию эко-дизайна. Коллекция «Ассортиментная» стала началом бренда «VSTU», который каждый сезон впечатляет своими масштабами участников мероприятий «Modern Culture View» в Национальном академическом театре им. Янки Купалы и «IMG Fashion Killa Party» в выставочном центре «БелЭКСПО», известных fashion-критиков, а также потребителей (рис. 2).



Рисунок 2 – Бренд «VSTU» во 2-м сезоне «Modern Culture View» 05.03.2022, г. Минск

Коллекция «Super MIX» – это подборка уникальных, современных и удобных образов для дерзкой молодежи, которая хочет заявить о себе. В коллекции присутствуют изделия, выполненные из льняных тканей белорусского производства и дополненные современными графическими принтами, и изделия в технике тай-дай и апсайклинг [2].

Исследование по данной теме предусматривает её дальнейшее практическое применение.

Список использованных источников

1. Материализация визуальных образов стартап проекта / Л. В. Попковская. В сборнике I Международной научно-практической конференции, посвященной Ф. М. Пармону. – Москва, 2021. – С. 118–123.
2. VSTU & ZUNA by Mikita Zakharchuk | Modern Culture View | Сезон 2 | 05.03.2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vuca.by/modern-culture-view/designers/vstu/>. – Дата доступа : 23.04.2022.