

УДК 745/749

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/60-3-14>**Лариса САНДЮК,**

orcid.org/0000-0002-4702-4523

старший викладач кафедри образотворчого і декоративно-прикладного мистецтва та реставрації
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
(Івано-Франківськ, Україна) larisa.sandyuk71@gmail.com

Володимир САНДЮК,

orcid.org/0000-0003-4795-9553

доцент викладач кафедри образотворчого і декоративно-прикладного мистецтва та реставрації
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
(Івано-Франківськ, Україна) volodymyr.sandyuk@gmail.com

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ НАПРЯМОК У ДИЗАЙНІ ХУТРОВИХ ВИРОБІВ

У статті охарактеризовано поняття «концепт», «концептуальність», «колекція», «тренд», «мода», «стиль», «дизайн».

Описано процес та етапи концептуального підходу до конструювання та дизайну колекцій з хутра. Охарактеризовано поняття концептуалізму як напрямку в мистецтві. Проаналізовано специфіку концепції дизайну хутрових моделей, стилістичні особливості та вплив структури матеріалу, висоти та густини ворсу, на призначення колекції та її класифікацію. Також описано вплив модних тенденцій та інновацій на формування концепцій дизайну хутрових моделей. Визначено фактори, що впливають на формування концепції художньої виразності в дизайні виробів з хутра, їхні характеристики та взаємовпливи. Описано види та типи колекцій виробів з хутра за їх призначенням та технологічними характеристиками. Закцентовано увагу на основних принципах та завданнях в концептуальному проектуванні та хутровій індустрії – цілісність образу та проблеми в сучасному дизайні, з урахуванням вимог сьогодення та тенденцій моди, з розвитком технологій та технічних інновацій. Вказано на те, якою важливою є ідея та концептуальний підхід для того, щоб успішно створити задуману колекцію та її дизайн, врахувати виклики та плинність моди сьогодення. Досліджено як у концептуальному проектуванні хутрових моделей враховуються головні вимоги до якості виробу: функціональні, практичні, утилітарні, технологічні, естетичні, ергономічні, економічні, екологічні тощо; як вони взаємодіють і впливають на людину, враховуючи «психоаналіз», індивідуальні особливості художника та споживача. Зазначено важливе концептуальне завдання в хутровій індустрії, яке стоїть перед дизайнером – підкреслити красу та індивідуальність людини, створивши досконалий образ і стиль, опираючись на модні тренди та екологічне використання.

Ключові слова: концепт, концепція, колекція, тренд, дизайн, хутро, індивідуальний образ, стиль, мода, проектування.

Larysa SANDYUK,

orcid.org/0000-0002-4702-4523

Senior Lecturer at the Department of Fine and Decorative Arts and Restoration
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University
(Ivano-Frankivsk, Ukraine) larisa.sandyuk71@gmail.com

Volodymyr SANDYUK,

orcid.org/0000-0003-4795-9553

Associate Professor at the Department of Fine and Decorative Arts and Restoration
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University
(Ivano-Frankivsk, Ukraine) volodymyr.sandyuk@gmail.com

CONCEPTUAL DIRECTION IN THE DESIGN OF FUR PRODUCTS

The article characterizes the concepts of “concept”, “conceptuality”, “collection”, “trend”, “fashion”, “style”, “design”.

The process and stages of the conceptual approach to the construction and design of fur collections are described. The concept of conceptualism as a trend in art is characterized. The specifics of the concept of designing fur models, stylistic features and the influence of the material structure, pile height and density on the purpose of the collection and its classification are analyzed. The influence of fashion trends and innovations on the formation of design concepts for fur models is also described. The factors that influence the formation of the concept of artistic expression in the design of fur

products, their characteristics and mutual influences are identified. The species and types of collections of fur products by their purpose and technological characteristics are described. Attention is focused on the basic principles and tasks in conceptual design and the fur industry – the integrity of the image and problems in modern design, taking into account the requirements of today's world and fashion trends, with the development of technology and technical innovations. The author emphasizes on the importance of the idea and conceptual approach in order to successfully create the conceived collection and its design, to take into account the challenges and fluidity of modern fashion. The article investigates how the conceptual design of fur models takes into account the main requirements for product quality: functional, practical, utilitarian, technological, aesthetic, ergonomic, economic, environmental, etc.; how they interact and influence a person, taking into account "psychoanalysis", individual characteristics of the artist and consumer. An important conceptual task in the fur industry, which the designer faces, is to emphasize on the beauty and individuality of a person, creating a perfect image and style, based on fashion trends and ecological use.

Key words: concept, collection, trend, design, fur, individual image, style, fashion, designing.

Постановка проблеми. Означення поняття «концепція» та її роль в дизайні та проектуванні хутрових колекцій.

Аналіз досліджень. Концептуальний підхід в дизайні та конструюванні хутрових колекцій є не простим і постійно змінюється з впливом нових трендів, тенденцій, розвитком технологічного прогресу та інноваційних вимог моди. Дослідження полягають в означенні основних принципів та напрямків концептуального дизайну, та трендів, що впливають на його зміни, а також на особливості матеріалу та його фактури на формування типів колекцій, призначення, конструкцію та форму. Сьогодні концептуальний дизайн полягає в вивченні та розумінні «психоаналізу» людини, ергономічних особливостей фігури людини і має індивідуальний підхід до конструювання та моделювання виробів з хутра, акцентуючи на екологічність та етичність.

Мета статті – розглянути концептуальні напрямки та принципи в дизайні хутрових колекцій, вплив трендів, специфіки матеріалу на технологічні особливості та дизайн моделей з хутра, з врахуванням індивідуального підходу, для створення досконалого образу.

Виклад основного матеріалу. Вивчення концептуальних напрямків як у мистецтві так і у дизайні хутрового одягу формується в низку законних етапів: від суто емпіричних підходів, досліджень, простого спостереження, систематизації та класифікації за певними формальними ознаками до усвідомлення всієї складності, динамічності та неоднозначності явищ та концепцій.

Концепт – (лат. *conceptus* – «поняття») – термін, що має багато значень. Це інноваційна ідея, що містить в собі творчий сенс; продукт, що демонструє цю ідею, його називають концепт-продукт, тобто модель, що випускається виробником в єдиному екземплярі, призначена для демонстрації громадськості (Кирик Д., 2002: 742).

Концепція – (лат. *Conception* – сприйняття, розуміння). Система поглядів на певне явище; спосіб розуміння, тлумачення якихось явищ,

основоположна ідея теорії, її єдиний, визначальний задум. Концепція відрізняється від теорії своєю незавершеністю, на практиці вона уточнюється, корегується, перевіряється фактами і може видозмінюватися на кінцевому етапі.

Концептуальність – загальна творча установка, яка складає суть проектною частини роботи.

В мистецтві та дизайні – це ідейно-творчий задум.

Концептуалізм – як напрямок в авангардній моді ХХІ ст., акумулює інноваційні технології виробництва та прийоми концептуального мистецтва.

Концептуальні форми творчості дають можливість дизайнерам та художникам створювати авторські колекції, наповнені змістом, інноваційними ідеями та розширюють межі моди, мають суттєвий вплив на розвиток проектування та дизайну хутрових виробів.

Початок концептуальної моди в західноєвропейському образотворчому мистецтві сягає середини ХІХ ст., а як самостійний напрямок виділяється в постмодернізмі в другій половині ХХ ст., на початку ХХІ ст. та утверджується в індустріальній промисловості різних країн. Ще до початку ХХІ ст. концептуальне проектування пройшло різні етапи від індивідуальних експериментів до створення самостійної течії в моді та певними напрямками: створення арт об'єктів, колекцій прет-а-порте та змішаних моделей (Тканко З., 2011). Проектування концептуальних хутрових колекцій, об'єднаних спільною ідеєю, аналогічне створенню твору образотворчого мистецтва. Мета таких колекцій – демонстрування творчої потуги художника, його авторської концепції, спадкоємності ремісничих традицій і інноваційних технологій виготовлення (Ловински П., 2011: 192).

Роль концепцій у дизайні хутрового одягу та у формуванні предметного світу та моди суттєво змінилася. Вона має безпосереднє відношення до формування процесів творення стилю, становлення національних традицій та їх збереження, спадкоємності; до задоволення індивідуальних

потреб та різних аспектів художнього формотворення. І все це відбувається у взаємозв'язку з індустріальним виробництвом та в умовах зростаючого впливу науково-технічного прогресу та інновацій у виробництві. Під впливом зміни реальних умов змінюється і підхід до сфери діяльності хутрової промисловості, поступово вимальовуються її межі та перспективи розвитку, чіткіше виявляється головне, за що несе відповідальність саме дизайнер. Сьогодні на розвиток концепції в дизайні хутрових виробів паралельно впливають два основні суспільні фактори. Це, з одного боку, бурхливий розвиток науково-технічного прогресу та новітніх технологій, з іншого – викликані ним соціальні та екологічні проблеми та завдання.

На функціональність та формотворчі особливості виробів впливають науково-технічні інновації – це застосування і використання нестандартних матеріалів, створених в аерокосмічній інженерії, комп'ютерному програмуванні та промисловому дизайні; використання технічних та технологічних досягнень для впровадження концептуальних ідей та, зрештою, зміна технологічного процесу виготовлення колекцій з хутра.

Колекція (від лат. *collectio* – збирання) – збирання будь-яких однорідних предметів, систематизованих за певними ознаками. В дизайні з хутра – це серія моделей, які об'єднані авторською концепцією, образом, видом хутра, що застосовується в колекції, кольоровим рішенням, формою базових конструкцій, стилевим рішенням. Головною концептуальною ознакою колекції є її цілісність, яка забезпечується єдністю стилю, структурою та ергономікою матеріалів, кольоровою гамою, силуетом та формою. Колекція – це не серія однакових моделей, а цікаве конструктивне, чи декоративне рішення, яке є «родзинкою» концепції даної колекції і в кожній новій моделі воно повинно «розкриватися новою гранню», показуючи можливі нюанси розвитку ідеї.

Колекція може складатися з різних елементів. Це можуть бути комплекти, ансамблі, одиночні вироби, чи навіть колекція аксесуарів. В хутровому виробництві визначають різні типи колекцій залежно від призначення та концептуального змісту. Наприклад: промислові, перспективні, авторські, спеціального призначення тощо. Тому, починаючи проектувати колекцію, художник-дизайнер повинен чітко уявити собі для кого призначена ця колекція, яким потребам вона повинна відповідати та розробити чітку її концепцію. Важливим також є врахувати особливості та вимоги споживача, його конкретні ознаки, за якими диференціюються типи колекцій. А саме:

сезонні колекції – осінньо-весняні, де використовуються хутра з меншою тепловіддачею, тоншою шкіряною тканиною, нижчою висотою та рідшою щільністю ворсу (щипана норка, каракульча, поні, кенгуру, нерпа, кролик стрижений тощо) та зимові – виконані з довговорсового щільного хутра, з густим підпушком, товстою міздрою (песець, лисиця чорно-бура, або лісова, норка нещипана, куниця, соболь, бобер, каракуль тощо); колекції конкретного призначення, наприклад: святкові, буденні, спортивні тощо; колекції за віковими та статевими категоріями.

В сучасній хутровій індустрії колекції ще поділяють на «масові» для серійного виробництва та «індивідуальний гардероб» – серії моделей для індивідуального клієнта.

Окрім рядом йдуть колекції для подіумів прет-а-порте. Адже акцентом в концепції цих моделей є епатажність, пошук нового стилю, привернення уваги до марки та бренда виробника. Бажання здивувати, запам'ятатися є важливішим за практичність та доцільність. Але слід зауважити, що і в ряді цих моделей можуть бути і вироби, які планують на серійне виробництво.

Для будь-якого типу колекцій важливим є концептуальний підхід який має свою специфіку та закономірності в формуванні ідеї цієї колекції, опираючись на модні тенденції та тренди сезону.

Мода завжди віддзеркалює епоху, на неї впливає рівень розвитку суспільства, його цінності та принципи. З точки зору мистецтва мода близька до концептуального мистецтва, оскільки вона полягає в поєднанні різних елементів (зачіска, матеріал з якого пошито, фасон, колір, форма, аксесуари), що створюють образ людини.

П. Найстром запровадив поняття модної свідомості (*fashion conscious*) для соціальних груп, зазначивши, що «в моді на одяг зацікавлені не тільки представники вищих класів, але й представники соціальних груп, які наділені модною свідомістю, тобто здатністю розпізнавати модні тенденції та наслідувати їх» (Nystrom P., 1928: 462).

Він викреслює безмежний вплив споживачів, наділених модною свідомістю, на попит на модний одяг. А попит, в свою чергу, стимулює виробництво, посилює конкуренцію, підвищує технологічні вимоги. При цьому автор підкреслює, що «розуміння того, що хочуть споживачі, є завданням першорядної ваги... для тих, хто планує політику, створює дизайн продукту, встановлює ціну, готує рекламу й акції зі стимулювання збуту, насправді це важливо для всіх, хто має стосунок до проблем споживача» (Nystrom P., 1928: 462).

Одна з характерних рис моди – мінливість, як запорука недовговічності, та саме вона і є генератором та мотивацією нових ідей та концепцій. Найчастіше зміна моди відбувається зі зміною сезону.

За визначенням Мерілін Делонг, яке вона сформулювала у вступному слові до книги з теорії моди «Енциклопедія одягу і моди» (Encyclopedia of Clothing and Fashion), «мода має на увазі під собою зміни, новизну в контексті часу, місця та її конкретного носія» (DeLong M., 2005: 432).

Суть дизайнерської концепції формується характерними особливостями конкретної людини, а саме, на баченні дизайнера своєрідності ідеї та творчого задуму. Таким чином певного роду «психоаналіз» перетворюється в логічний концептуальний ланцюг. Адже враховується своєрідність типу творчої індивідуальності художника, а також актуальні модні тенденції та напрямки, так звані «настрій моди», а також особливості та технічні властивості матеріалу. Основний принцип цих складників і створює своєрідність процесу формування концепції колекції хутрових виробів. Специфіка створення дизайну хутрового одягу полягає в тому, що на поверхні готової концепції колекції повинен залишатися достатньо лаконічний варіант «психоаналізу настрою» дизайнера та споживача, інноваційні технології та функціональний, практичний аспект. Дизайнерська концепція не акцентує увагу на проблемах сучасності (це є прерогативою мистецтва), а навпаки знімає та вирішує ці проблеми, віддаючи перевагу естетиці та функціональності.

Саме тому будь-який концепт дизайнерського проекту є оптимістичним та розроблений на перспективу.

Головним об'єктом концепції є тренди, від моменту їх появи до зникнення, та інтенсивність модного плину.

Тренд (англ. Trend – напрямок, тенденція) – це узагальнена модна тенденція сезону (акцент), яка характеризує масовість, впізнаваність, яскраво виражена та обмежена в часі. Економісти розділяють тренди за циклічною тривалістю на короткострокові – від декількох місяців до двох років, і довгострокові цикли, які тривають деколи ціле століття. Концептуальний аналіз модних трендів, в основі яких лежить циклічний підхід, виокремлює еволюційну та стилеву моделі в колекції хутрових виробів для довгострокових циклів; моделі, які підкреслюють престижний, статусний характер моди для короткострокових циклів, та гендерну інтерпретацію, в якій основна увага надається взаємозв'язку модного циклу та його культурної ролі в певний період.

Концептуальний напрямок в дизайні виробів з хутра може охоплювати багато різних елементів, залежно від того, який ефект хоче досягти дизайнер. Одним з головних аспектів концептуального дизайну може бути орієнтація на стиль та естетику. Наприклад, дизайнер може створювати вироби з хутра, які мають сучасний та мінімалістичний стиль, або ж націлені на ретро-чи вінтажний вигляд.

Крім стилю, дизайнер може фокусуватися на функціональності виробу. Наприклад, вирішуючи як створити комфортні та затишні пальто з хутра, дизайнер може звертатися до технологій, що забезпечують додаткову теплоізоляцію, або до властивостей хутра, які дозволяють матеріалу бути легким та повітропроникним.

Ще один концептуальний напрямок – це інноваційність. Адже важливим елементом концептуального дизайну є інновації та новаторство. Дизайнер може працювати над створенням нових форм, структур та конструкцій виробів з хутра. Використання нових технологій, матеріалів та методів виробництва може дозволити дизайнеру створювати унікальні вироби, які відрізняються від традиційних моделей. Наприклад, вони можуть використовувати штучні матеріали, що симулюють хутро та забезпечують його ефект, або використовувати 3D-друкарство для створення складних форм та різноманітних структур. Також, дизайнери повинні враховувати модні тенденції та смаки споживачів. Вони повинні знати, які кольори, форми та стилі є популярними та привабливими для своїх цільових аудиторій. Крім того, вони мають розуміти їх функціональність та практичність.

Концепція в розробці хутрових моделей полягає в об'єднанні сучасних тенденцій та стильових напрямків з інноваціями та новітнім технологічним оснащенням для забезпечення високого рівня комфорту та попиту.

Застосування концептуальних ідей в дизайнерських експериментах достатньо широкий. Акцент в проектуванні поставлений на індивідуальний підхід та ексклюзивність моделей. До цього підштовхує конкуренція та попит. Концептуальним є і підбір кольорової гами. Контраст та яскравий колорит сміливо підкреслює неординарність дизайнерської думки, шукає сміливого споживача, створює імідж та певний стиль і марку виробнику.

За функціональним призначенням хутрові вироби об'єднані в групи, що дозволяє створити між ними чіткі технологічні взаємозв'язки, які відповідають конструктивним, формотворчим, стилевим та функціональним вимогам та роблять

хутровий одяг комфортним. Вдосконалення технологічної бази та обробки сировини сприяють створенню концептуального напрямку в дизайні хутрових моделей та можливості впровадження їх в масовому виробництві.

Один з концептуальних напрямків в дизайні хутрових виробів – це екологічність. Дизайнери мають враховувати екологічну відповідальність при створенні своїх виробів та використовувати технології, що зменшують відходи та використання ресурсів. Наприклад, вони можуть використовувати відходи виробництва хутра для створення нових виробів, або використовувати більш екологічні методи вирощування тварин. Необхідно також враховувати етичні питання, пов'язані з використанням хутра у дизайні. Тому дизайнери можуть шукати альтернативні матеріали, які б не потребували використання тваринних продуктів.

В цілому, концептуальний напрямок в дизайні виробів з хутра може бути дуже різноманітним і залежить від індивідуальних підходів дизайнера.

Дизайн хутрових виробів завжди був предметом дискусій через етичні питання, пов'язані з використанням тваринних матеріалів. Однак, незалежно від цього, дизайнери хутрових виробів повинні враховувати концептуальні аспекти у своїй роботі, щоб забезпечити ефективне використання матеріалів та створити високоякісні та естетично привабливі продукти.

При виборі сировини та матеріалів для оздоблення головними критеріями є зносостійкість, екологічність та практичність. Концепція ансамблю, або колекції базується на формотворчих і декоративних засобах виразності, практичності та функціональності виробів. В ній присутня певна ідея яка об'єднує ряд моделей, домінанта (колір, форма, стиль, вид хутра), яка характерна кожній запроєктованій моделі.

Концептуальний напрямок в дизайні виробів з хутра можна розглядати з різних точок зору, але в загальному це включає розробку ідей, що відображають філософію, естетику та функціональність виробу. Нижче наведено деякі можливі напрямки розробки концепту в дизайні виробів з хутра:

1. Екологічність: розробка концепту виробів з урахуванням зменшення негативного впливу на довкілля, наприклад, використання вторинних матеріалів, біорозкладуваних матеріалів або енергоефективних технологій виробництва.

2. Модернізація: розробка концепту виробів з урахуванням сучасних тенденцій та стилів, що може включати в себе елементи мінімалізму, геометричних форм, абстракції та ін.

3. Підвищення функціональності: розробка концепту виробів з урахуванням практичних потреб споживача, наприклад, додавання кишень, замків, капюшонів, що можуть збільшити комфорт використання виробу.

4. Етнічність: розробка концепту виробів, що відображають культурні та національні традиції, що може включати в себе використання орнаментів, візерунків, колірної гами тощо.

5. Інноваційність: розробка концепту виробів з урахуванням нових технологій та матеріалів, що може включати в себе використання 3D-друкованих деталей, розумних тканин або використання інтерактивних елементів у виробі.

Ці напрямки можуть варіюватися в залежності від потреб споживача. Основні принципи концептуального дизайну виробів з хутра можуть включати наступне:

1. Натуральність: продукти повинні бути створені з натуральних матеріалів, таких як хутро, шкіра та інші природні тканини. Вони повинні бути оброблені та вироблені з максимальним дотриманням екологічних принципів.

2. Інновації: продукти повинні бути оригінальні та інноваційні в своєму дизайні. Вони повинні мати новітні функції та можливості, які забезпечують комфорт та задоволення користувачів.

3. Естетика: продукти повинні бути привабливими та естетичними. Вони повинні мати високу якість виконання, деталі та оздоблення. Дизайн повинен бути унікальним та виділятися на тлі інших продуктів.

4. Функціональність: продукти повинні бути практичними та зручними в експлуатації. Вони повинні відповідати потребам та очікуванням користувачів, а також бути відповідними для певної мети використання.

5. Соціальна відповідальність: при створенні продуктів з хутра необхідно враховувати етичні та соціальні аспекти виробництва. Це може включати захист тварин, збереження довкілля та відповідність законодавству.

Висновки. Підсумовуючи зазначене вище, можемо констатувати, що концептуальний напрямок в дизайні виробів з хутра можна розглядати з різних поглядів. Однак загалом, він передбачає створення продуктів, які не лише функціональні та практичні, а й мають своєрідну ідеологію та естетику.

Час вносить свої корективи та змінює відношення до власного зовнішнього вигляду. Кожна людина прагне підкреслити свою індивідуальність різними виражальними засобами, одним з яких є вдало підібраний власний гардероб,

до складу якого входить хутровий одяг. Тому в сучасній індустрії моди переважає індивідуальний концептуальний підхід до моделювання та формотворення дизайну хутрових виробів. Також велике значення відводиться проблемам екології та етики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кирик Д. Філософський енциклопедичний словник / ред. В. Шинкарук. Київ : Абрис, 2002. 742 с.
2. Ловински П. Мода и модельеры. Москва : АРТ Родник, 2011. 192 с.
3. Тканко З. Концептуалізм у сучасній моді: теорія і практика проектування. ВІСНИК Львівської національної академії мистецтв. № 23, 2011.
4. DeLong M. Encyclopedia of clothing and fashion / ed. by V. Steele. Detroit : Thompson/Gale, 2005. 432 p.
5. Nystrom P. Economics of fashion. New-York : The Ronald Press Company, 1928. 462 p.

REFERENCES

1. Kyryk D. Filosofskiy entsyklopedychniy slovnyk [Philosophical Encyclopedic Dictionary] / edited by V. Shynkaruk. Kyiv: Abris, 2002. 742 c. [in Ukrainian]
2. Lovinski P. Moda i modeleryi. [Fashion and fashion designers] Moscow: ART Rodnik, 2011. 192 c. [in Russian].
3. Tkanko Z. Kontseptualizm u suchasniy modi: teoriia i praktyka proektuvannia. VISNYK Lvivskoi natsionalnoi akademii mystetstv. [Conceptualism in contemporary fashion: theory and practice of design. Bulletin of the Lviv National Academy of Arts] № 23. [in Ukrainian].
4. DeLong M. Encyclopedia of clothing and fashion / ed. by V. Steele. Detroit: Thompson/Gale, 2005. 432 p.
5. Nystrom P. Economics of fashion. New-York: The Ronald Press Company, 1928. 462 p.