

МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ТЕНДЕНЦИЙ МОДЫ

Мартынова С.В.

Научные руководители – ст. преподаватель Сафонова Е.В.,
ст. преподаватель Киви А.Н.

Сибирский федеральный университет

Как известно, встречают по одежке, а провожают по уму. Но до оценки ума и способностей человека дело может и не дойти, если его внешний вид будет неопрятным и неприятным для собеседников. Поэтому для современного человека естественно следить за своим внешним видом. Модная и красивая одежда помогает воплотиться этому желанию человека хорошо выглядеть. Мода входит в жизнь каждого человека, становится одной из важных её составляющих и во многом формирует повседневную жизнь людей.

Мода – периодически возникающее и повторяющееся, частичное изменение внешних форм культуры, происходящее под влиянием многих факторов (экономических, социально-психологических, культурологических, нравственных, эстетических), форма социальной регуляции и саморегуляции человеческого поведения, как индивидуального, так группового и массового. Мода вызывает периодическую смену модных тенденций и направлений в одежде. Неотъемлемыми чертами моды является кратковременность, стремление к новизне и постоянным переменам.

История моды так же стара, как и история костюма. С того момента, когда человек открыл значение одежды как средства защиты от неблагоприятных воздействий природы, прошло немного времени до того, когда он начал размышлять о ее эстетической функции. Одежда явилась тем объектом, в котором человек, очевидно, наиболее непосредственно смог выразить свое художественное мировоззрение. Место и роль моды в жизни общества и отдельного человека неизмеримо велика.

Объектом исследования данной работы являются методы и способы прогнозирования модных тенденций в современном, готовом к изменениям и динамично развивающемся обществе.

Практическая направленность данной работы заключается в том, что ее материалы могут быть рассмотрены и изучены в вузах, где обучают бакалавров и магистров по направлению Дизайн костюма. Чтобы быть востребованным как профессионал дизайнер костюма должен хорошо ориентироваться в тенденциях современной моды и знать основные методы и способы прогнозирования моды, а также, это может быть полезно людям, интересующимся модой, развивать собственное чувство вкуса и стиля в одежде, опираясь на мнение экспертов.

В работе над докладом были использованы различные методы анализа, проведена сравнительная характеристика способов и возможных методов прогнозирования моды, выявлено значение моды в жизни человека, рассмотрены закономерности изменения моды и найдены наиболее оптимальные методы прогнозирования моды на сегодняшний день, раскрыт механизм возникновения модных тенденций, пояснена роль Домов высокой моды в этом процессе, а также рассмотрен круг обязанностей промышленного дизайнера, байера и других сотрудников компаний индустрии моды при разработке нового ассортимента.

Практическая направленность и потребность в прогнозировании моды:

Методы прогнозирования моды необходимо знать владельцам компаний по торговле одеждой, бельем, обувью и аксессуарами, дизайнерам, байерам, руководителям дизайн-бюро, маркетологам и менеджерам.

Необходимость в прогнозировании моды возникла в послевоенные годы, когда швейные предприятия и текстильные фабрики столкнулись с проблемой составления ассортимента. Стало ясно, что мода уже не могла оставаться прежней, рынок и требования потребителей кардинально изменились. На формирование моды оказало влияние множество показателей: общественные и культурные события, открытие новых технологий, новые идеи и инновации. Цикличность моды дала возможность прогнозировать моду.

Прогнозированием называют специальное научное исследование перспектив развития явления. *Прогноз* — научно обоснованное суждение о возможных состояниях объекта в будущем или об альтернативных путях и сроках их осуществления. В моделировании одежды прогнозирование моды также имеет важное значение. Новые коллекции модной одежды демонстрируются не менее чем за полгода, а проектируются — за год до наступления сезона, что диктует необходимость прогнозирования модных тенденций на год и более вперед. Чаще всего речь идет о кратко- и среднесрочных прогнозах моды.

Существует множество точек зрения на возможность прогнозирования моды и на выбор определенных методов прогнозирования. Одни отрицают наличие четких ритмов в смене моды, как в природных циклах, другие признают наличие строгой закономерности развития моды и необходимость точного ее прогнозирования, в том числе с помощью методов математического моделирования.

Один из методов прогнозирования моды связан с прогнозированием отдельных модных объектов. В дизайне одежды — это прогнозирование ее формы и структурных элементов. Этот подход можно назвать «формальным», так как исследуется именно форма костюма.

Для выявления этих закономерностей проводится анализ развития форм костюма на протяжении определенного отрезка времени (как правило, исследуется костюм XIX— XX вв.). Выявляется модель ритмического движения модных форм в костюме (математическая модель) — и определяются циклы моды. Выявленные тенденции развития формы костюма экстраполируются в будущее, и прогнозируется структура формы костюма в нужный проектировщику отрезок времени, т.е. определяется, в какой момент повторяются те или иные силуэты.

Более плодотворным (и распространенным на Западе) является другой подход к прогнозированию моды, ориентированный на все структурные компоненты моды в целом — прогнозируются различные аспекты образа жизни людей и их потребности. Новая вещь начинается именно с требований потребителей, создателем новой вещи (и новой моды) является потребитель, поэтому прогнозирование моды тесно связано с прогнозированием социальных потребностей. Прогноз моды основывается на социологических прогнозах: прогнозе образа жизни, демографическом прогнозе, прогнозе занятости и уровня образования и т.п. Именно такая информация дает возможность прогнозировать будущую моду. В западных фирмах, которые занимаются прогнозированием, есть специалисты, которых называют «тренд-скауты».

Выявлением и анализом формирующихся мировых тенденций занимаются специальные компании - [тренд-бюро](#), которые делают прогнозы развития трендов на основе собранной информации и представляют подробные отчеты для своих клиентов. Первые тренд-сеттеры появились в конце 50-х в Париже

На сегодняшний момент принципы работы всех тренд-бюро остались прежними, процесс прогнозирования будущих тенденций в основном состоит из трех этапов.

Первый из них - это сбор и анализ информации о новых направлениях в моде и культуре по всему миру, именно поэтому все ведущие тренд-бюро имеют в штате тысячи агентов (trend-spotters, trend-hunters) в разных странах, которые изучают и анализируют социальные изменения, достижения науки, общаются с представителями субкультур, дизайнерами, художниками и культурологами,

После составления тенденций, имеющих ярко выраженный характер, эти данные выносятся на обсуждение с остальными специалистами тренд-бюро, проводится коллективное обсуждение собранного материала (brainstorming) и выделение наиболее активных тенденций, выявляются причины возникновения того или иного тренда, анализируется их дальнейшее развитие.

Дома моды также играют важную роль в прогнозировании моды, их задача – это определение модных тенденций в дизайне. Компании и дизайнеры, разрабатывающие новые коллекции, живут в своем ритме. Их рабочий календарь не соответствует тому времени, в котором живем мы. Около года уходит на то, чтобы коллекция была готова к продаже, следовательно, разработка ее происходит за полтора года до ее воплощения.

Они собирают данные для разработки коллекции, в их распоряжении достаточно средств самостоятельно проводить анализ, отсеивать из миллиона источников крупицы необходимой информации. Часто для них одним из способов является, следить за новыми технологиями в области материалов, отслеживать палитры, предлагаемые различными бюро стиля в качестве основополагающих.

В настоящее время, все больше дизайнеров стали обращаться в специальные агентства, занимающиеся исключительно сбором информации и отслеживанием новых идей и течений молодежной и уличной моде. Данный способ и метод работы позволяет избежать неопределенности и гарантировать объем продаж. Возможность заглянуть в будущее, безусловно, стоит немалых денег, но успех актуальных коллекций способен окупить все затраты на разработку.

Выводы:

На сегодняшний день прогнозирование моды является востребованным процессом. Человек идет в ногу с модой. И прогнозированием моды занимаются тренд – бюро. Они наилучшим образом отвечают запросам дизайнеров, эффективно доносят до потребителя информацию о товарах и услугах в индустрии моды. Так же опираясь на их отчеты, люди интересующиеся модой могут анализировать и выбирать необходимую для себя информацию. мода сейчас не однозначна, и знание методов прогнозирования моды поможет пользоваться информацией, которая сейчас широко представлена в журналах, интернете, СМИ и т.д. Особенно эта информация необходима в вузах, где готовят профессионалов в области дизайна костюма.