

4. Советские комиксы [Электронный ресурс] / П. Викторов. – Электрон. текстовые дан. – Летопись, 2015. – Режим доступа: http://oursociety.ru/publ/istorija_rossii/sovetskie_komiksy/4-1-0-224 – Дата доступа: 22.02.2020.

5. Стэн, Ли. Создатель великой вселенной Marvel / Боб Батчелор; Д. Романовский. – М. : Эксмо, 2018. – 416 с.

6. Без бронелифчика в космосе: первые белорусские комиксы [Электронный ресурс] / А. Лычавко. – Электрон. текстовые дан. – Минск : tut.by, 2015. – Режим доступа: <https://news.tut.by/culture/454666.html>. – Дата доступа: 24.02.2020.

7. Ефремов, О. Ю. Культурология / О. Ю. Ефремов. – СПб. : Издательский дом "Питер", 2017. – 488с.

Лагенья С. Д., БГУКИ, студент 302а группы
очной формы обучения
Научный руководитель – Шелупенко Н. Е.,
кандидат культурологии, доцент кафедры

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ FASHION-ИНДУСТРИИ

Fashion-индустрия представляет собой сектор сферы услуг, занятый производством, продвижением модной продукции и является важным элементом современных обществ. Специфика ее развития тесно связана с процессами, происходящими в обществе. На развитие современной fashion-индустрии оказывают влияния ряд факторов, таких как: информатизация, глобализация, модернизация всех сфер жизни общества.

Развитие информационных технологий способствует распространению мировых модных тенденций во все точки мира. Так, многие бренды и Дома мод транслируют свои модные показы в прямых эфирах на страницах в

социальной сети Instagram, предоставляя возможность наблюдать за fashion-показами дистанционно. Также, развитие современных средств массовой информации и создание массового рынка являются причинами ускорения темпов распространения моды, что приводит к сокращению продолжительности модных циклов.

Особенностью современного этапа развития fashion-индустрии является популярность и проникновение южнокорейских брендов во все страны мира. Тенденции азиатской моды активно используются в коллекциях модных домов западных стран. Многие интернет-магазины предлагают своим клиентам стильные корейские вещи. Корейцы предпочитают вещи стиля «oversize», это направление в моде активно используется женщинами и мужчинами по всему миру. Также, бренд «Dolce&Gabbana» выпустил коллекцию, ориентированную на исламских женщин [4].

Мода имеет циклический характер, то, что было модным раньше, находит активное применение в настоящее время. Например, сейчас просматривается четкое деление на девушек-«парижанок», на рок-звезд из 1990-х, монохромных минималистов, фанатов Билли Айлиш и многих других. Циклическость является важной закономерностью развития моды. Наличие колебаний и ритмов свидетельствует о том, что мода имеет механизмы самоорганизации.

На сегодняшний день в мире активно развиваются различные социальные течения, следовать которым становится весьма модно. Одним из них является «бодипозитив» – общественное движение, которое учит позитивному отношению к своему телу, его тотальному принятию и свободному самовыражению [5, с. 36-37]. Данная тенденция нашла отражение в fashion-индустрии. Так, в масс-маркетах стала появляться красивая одежда всех размеров. В мае 2018 года певица Рианна в рамках своего бренда «Fenty by Rihanna» выпустила нижнее белье и купальники для тех женщин, чьи формы превышают размер XL [1].

В современном мире весьма актуальна тема экологии и защиты Земли. Это мировой процесс, последствия которого привели к необходимости кардинальных изменений во многих областях человеческой деятельности. Общество беспокоят проблемы экологии, что стало одной из причин формирования новой концепции в дизайне. Экологическая тема нашла отклик в творчестве дизайнеров одежды уже в конце 1970-х – начала 1980-х гг. – возник «экологический» стиль: одежда из преимущественно натуральных (льняных, хлопчатобумажных) тканей, естественные цвета и т.п. Цели и задачи экологического направления в дизайне сегодня меняются, связано это главным образом с этикой профессиональной деятельности: пересматриваются технологии и материалы производства, на первый план выходит не столько совершенствование формы и функций, сколько сокращение избыточного количества продуктов дизайна [2, с. 81].

Сегодня на рынке fashion-индустрии экологичными называют себя такие марки производства одежды как: «StellaMcCartney», родоначальница которого считается первым дизайнером-основателем eco-friendly бренда; всеми известная компания «Nike» заботится об экологии, утилизируя старые вещи; известный бренд масс-маркета – H&M, начал выпуск специальной линейки H&M «Conscious Exclusive» вся одежда этой линейки создается исключительно из экологически чистых материалов, произведенных без нанесения вреда окружающей среде [7]. Также, этическими называют себя компании «Ralph Lauren», «Stella McCartney», «Tommy Hilfiger», «Puma» и другие, которые отказались от использования натурального меха и кожи в своем производстве. Некоторые из этих брендов создают собственные альтернативные ткани. Так, дизайнер Стелла МакКартни в рамках коллекции осень-весна 2012/2013 представила биоразлагаемые туфли [8].

Данная тенденция нашла отражение в fashion-индустрии современной Беларуси. Из белорусских эко-дизайнеров можно выделить создательницу бренда «TIKOTA UNIQUE» Катю Тикота, которая дает вещам вторую жизнь. Также, дизайнер активно развивает еще два направления: стильную и

удобную одежду для беременных и инвалидов-колясочников. Дизайнер Анна Янчилина создает оригинальную одежду и аксессуары из натуральных и экологичных материалов [3].

Бурное развитие цифровых технологий сегодня во многом способствует модернизации предприятий fashion-индустрии и во многом определяет направления ее развития. Применение 3D-технологий ускоряет все этапы производства одежды: от идеи дизайнера до готового изделия.

С помощью 3D-технологий стало возможно создавать виртуальные 3D-модели по результатам сканирования, дизайн и выбор расцветки ткани. Раскрой лазером, автоматические и полуавтоматические машины для выполнения отдельных швейных операций делают цикл изготовления изделия гораздо короче. Также, в современной fashion-индустрии практикуется использование искусственного интеллекта. Программа искусственного интеллекта анализирует модные тренды вместе с дизайнерами компаний и выдает рекомендации. В результате время создания новых моделей существенно сокращается. Такой подход становится маркетинговой фишкой и помогает компании выделиться на фоне конкурентов и привлечь внимание потребителей [6]. Это предоставляет возможность выполнять необходимую работу с минимальным использованием человеческих ресурсов и требует от современного дизайнера знания основ организации бизнес-процессов индустрии моды, опыта компьютерного моделирования и визуализации дизайнерских решений, применения современных инструментов проектирования, владения инновационными приемами маркетинговых коммуникаций, основ интернет-технологий и продвижения сайтов.

Предприятиям fashion-индустрии важно идти в ногу со временем, а лучше – опережать его. Компании, уделяющие данному вопросу должное внимание, имеют больше шансов на успешное развитие своего бизнеса и возможность стать действующими лидерами на рынке продаж.

Таким образом, тенденциями развития современной fashion-индустрии являются: популярность и проникновение южнокорейских брендов в европейскую моду, применение 3D-технологий и искусственного интеллекта в производстве одежды, отражение в fashion-индустрии современных социальных направлений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Газета.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: gazeta.ru/. – Дата доступа: 20.03.2020.
2. Ермилова, В.В. Моделирование и художественное оформление одежды: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования / В. В. Ермилова, Д. Ю. Ермилова. – М. : Издательский центр «Академия», 2001. – 184 с.
3. Журнал «Citydog» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: citydog.by/. – Дата доступа: 20.03.2020.
4. Интернет-журнал Avocado [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://avoka.do/>. – Дата доступа: 15.02.2020.
5. Климова, Е. А. Специфика бодипозитива в России / Е. А. Климова // Молодежь в науке и культуре XXI в.: Материалы междунар. науч.-творч. форума (2016 г.) / сост. Е. В. Швачко. – Челябинск : Челяб. гос. ин-т культуры, 2016. – 358 с.
6. Progd – профессиональный пошив одежды HighFashion [Электронный ресурс]. – Режим доступа: progd.ru/. – Дата доступа: 15.02.2020.
8. Wonder [Электронный ресурс]. – Режим доступа: wonderzine.com/. – Дата доступа: 22.02.2020.
9. 365 mag [Электронный ресурс]. – Режим доступа: 365mag.ru/. – Дата доступа: 22.02.2020.