

УДК 7.012:001.891

**ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ДИТЯЧОЇ МОДИ
XX – ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ**

О. Д. ГЕРАСИМЕНКО, Ю. О. КОСТОГРИЗ,
К. Л. ПАШКЕВИЧ, М. В. КОЛОСНІЧЕНКО

Київський національний університет технологій та дизайну

Передумовою формування індустрії дитячої моди стали процеси, які відбувалися в XIX ст., зокрема розвиток промислового виготовлення одягу, що розпочався з винайденням швейної машини, та відкриття Ч. Вортом у 1858 р. першого Будинку високої моди і заснування ним Синдикату високої моди в 1868 р. у Франції. Колекції одягу починають розділяти по сезонам, регулярно проводяться покази моделей на манекенницях. До початку XX ст. висока мода створюються виключно для жінок, однак в 1908 р. відкривається Будинок моди Lanvin, який першим починає представляти колекції одягу від кутюр для дітей, а з 1926 р. і для чоловіків. До середини XX ст. актуальні тенденції диктують французькі Будинки високої моди, однак в 1943 р. проходить Тиждень преси в Нью-Йорку, який став основою для формування світової індустрії моди і родоначальником Тижнів моди, серед яких на сьогодні є чотири головних, котрі проходять в Нью-Йорку, Парижі, Лондоні та Мілані [1].

В середині XX ст. активно створюються бренди, які пропонують якісний одяг масового виробництва, розвивається ринок дитячого одягу: відкриваються італійський бренд Chicco (1958 р.), який виготовляє одяг для дітей віком до трьох років, англійська компанія Mothercare (1961 р.), що пропонує вироби для вагітних і дітей до десяти років, французький бренд Catimini (1972 р.) з моделями для дітей і підлітків тощо. Будинки мод починають запускати окрім основної – лінії дитячого і молодіжного одягу, а в 1967 р. Diog відкриває перший офіційний бутік дитячого одягу.

Відомі дизайнери розпочинають промислове виробництво моделей невеликими партіями – так з'являється одяг прет-а-порте, який представляється на окремих тижнях моди. В 1972 р. в Італії проходить виставка, присвячена виключно чоловічій моді – Pitti Uomo, а в 1975 р. організовується Pitti bimbo, на якій проходять перші покази високоякісного дитячого одягу [2].

В другій половині XX ст. виникають молодіжні субкультури і вулична мода, яка стає джерелом натхнення для нового покоління дизайнерів, починається новий етап в індустрії моди, коли актуальні тенденції запозичуються з вулиці, а не лише диктуються Будинками моди. З'являються торгові марки, які виготовляють модний повсякденний і спортивний одяг для дорослих і дітей, наприклад італійська марка Benetton, створена в 1965 р. На початку 80-х років бренд Zara створює поняття швидкої моди, використовуючи нову модель процесу створення і реалізації модного одягу завдяки розвитку нових технологій. Набуває поширення масс маркет, до якого відносяться такі бренди, як H&M (Hennes & Mauritz), Gap,

Marks & Spenser тощо, які випускають одяг для всієї сім'ї.

На початку XXI ст. розвиток інтернету надає новий поштовх індустрії моди – створюються інтернет магазини, сайти, які для багатьох дизайнерів стають доповненням до існуючих магазинів та показів, а іноді і їх заміною. Запускаються ресурси, що представляють модний жіночий одяг різних дизайнерів, наприклад, Net-a-Porter (2000 р.), і подібні ресурси створюються з товарами для дітей, як Melijoe (2007 р.).

На території України в другій половині XX ст. одяг для дітей створюється в Будинках моделей, серед яких Київський, Львівський, Харківський, Одеський та Республіканський тощо. Автор [3] зазначає, що «в 70-х рр. XX ст. в Україні діяло близько 30-ти підприємств з пошиття дитячого одягу, а в м. Дніпропетровськ відкрито спеціалізований Будинок моделей дитячого одягу». Розроблені моделі представляються на сторінках преси, серед яких журнал «Краса і мода», випускаються комплекти кольорових листівок «Мода – дітям» для широкого кола читачів, з кресленнями деталей для самостійного виготовлення одягу.

Однак лише в кінці XX ст. в Україні формується індустрія моди – засновано Ukrainian Fashion Week та виставку Kyiv Fashion, на яких дизайнери, окрім колекцій для жінок і чоловіків, представляють моделі дитячого одягу. В 1996 р. організуються спеціалізовані виставки Baby Expo та Children's Fashion Fair. Визначено, що на початку XXI ст. вітчизняна індустрія дитячої моди активно розвивається – створюються нові бренди, відомі дизайнери відкривають окремі лінії одягу для дітей. Організуються Львівський та Одеський Тижні моди, Mercedes Benz Fashion days, з'являються окремі Тижні дитячої моди – Ukrainian Kid's Fashion Week, Junior Fashion Week тощо. Крім цього українські дизайнери презентують колекції одягу для дітей на Тижнях моди в різних країнах та на міжнародних виставках, таких як Pitti Vimbo тощо.

Проаналізувавши історію відомих брендів встановлено, що модний дитячий одяг представляється на спеціалізованих виставках і лише невелика кількість дизайнерів показує одяг на Тижнях моди. Визначено, що набувають поширення інтернет-ресурси, які пропонують товари для дітей, з'являються нові бренди та створюються окремі лінії дитячого одягу.

Література

1. Велика четвірка: коротка історія Тижня моди в Нью-Йорку. Vogue.ua [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://vogue.ua/ua/article/fashion/brend/kratkaya-istoriya-nedeli-mody-v-nyu-yorke.html>.

2. Pitti Immagine. History [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.pittimmagine.com/en/corporate/about.html>

3. Король Н. Народні традиції в моделюванні дитячого одягу: історичний досвід українських дизайнерів / Н. Король // Вісник Львівської національної академії мистецтв. – 2015. – Вип. 26. – С. 198-209.