

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ
Факультет дизайну
Кафедра мистецтва та дизайну костюма

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

Проектування колекції сучасного одягу на основі синтезу характерних ознак
стилю гранж та сучасних технологій

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Дизайн одягу

Виконала: студентка групи МгДо1-23

Сімінко М.В.

Науковий керівник д. філос., доцент

Герасименко О. Д.

Рецензент д.т.н., проф. Пашкевич К.Л.

Київ 2024

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну

Кафедра мистецтва та дизайну костюма

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Дизайн одягу

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри МДК

док.мист.,проф. Наталія ЧУПРІНА

“ ____ ” _____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Сімінко Мирослава Володимирівна

1. Тема кваліфікаційної роботи Проектування колекції сучасного одягу на основі синтезу характерних ознак стилю гранж та сучасних технологій

Науковий керівник роботи Герасименко Олена Дмитрівна д. філос.,доцент
затверджені наказом КНУТД від 12.09.2024 р. № 210-уч

2. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: наукові публікації та джерела за темою та дослідження дизайн-проектування одягу

3 Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):

Вступ, Розділ 1. Науково-аналітичний, Розділ 2. Предпроектні дослідження,

Розділ 3. Проектно-конструкторський, Загальні висновки, Список використаних джерел, Додатки

4. Дата видачі завдання серпень 2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	10.08.2024	
2	Розділ 1. Науково-аналітичний	01.09.2024	
3	Розділ 2. Передпроектні дослідження	15.09.2024	
4	Розділ 3. Проектно-композиційний	01.10.2024	
5	Розділ 4. Конструкторський	15.10.2024	
6	Загальні висновки	20.10.2024	
7	Оформлення кваліфікаційної роботи (чистовий варіант)	25.10.2024	
8	Подача кваліфікаційної роботи науковому керівнику для відгуку	05.11.2024	
9	Подача кваліфікаційної роботи для рецензування (за 14 днів до захисту)	10.11.2024	
10	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність ознак плагіату та текстових співпадінь (за 10 днів до захисту)	12.11.2024	
11	Подання кваліфікаційної роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	15.11.2024	

З завданням ознайомлений:

Студент _____ Мирослава СІМІНЬКО

Науковий керівник роботи _____ Олена ГЕРАСИМЕНКО

АНОТАЦІЯ

Сімінко М.В. Проєктування колекції сучасного одягу на основі синтезу характерних ознак стилю гранж та сучасних технологій – Рукопис.

Кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти другого(магістерського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн. – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2024 рік.

Магістерська робота присвячена розробці модної колекції в стилі гранж, яка інтегрує елементи оптоволокна для створення інноваційного та функціонального одягу. Досліджено еволюцію гранж-стилю, його вплив на сучасну моду та можливості поєднання автентичних елементів з новими технологіями. У роботі також розглянуто процес створення бренду, що включає розуміння цільової аудиторії, розробку унікальної ідентичності та впровадження екологічних принципів у виробництво. Основною метою є створення колекції одягу, яка поєднує культурну спадщину гранж-стилю з сучасними дизайнерськими та технологічними рішеннями.

Ключові слова: гранж, бренд, оптоволокно, інновації, індустрія моди

ANNOTATION

Siminko M.V. Designing a collection of modern clothes based on the synthesis of the characteristic features of the grunge style and modern technologies - Manuscript.

Qualification work of the applicant for higher education of the second (master's) level in the specialty 022 Design. - Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2024.

The master's thesis is devoted to the development of a grunge fashion collection that integrates fibre optic elements to create innovative and functional clothing. The evolution of the grunge style, its influence on contemporary fashion and the possibilities of combining authentic elements with new technologies are explored. The paper also discusses the process of creating a brand, including understanding the target audience, developing a unique identity and implementing environmental principles in production. The main goal is to create a collection of clothes that combines the cultural heritage of grunge style with modern design and technological solutions.

Keywords: grunge, brand, fibre optics, innovation, fashion industry

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ.....	6
1.1. Історія зародження субкультурних стилів та виокремлення стилю гранж у моді.....	6
1.2. Аналіз сучасних модних тенденцій одягу у стилі гранж.....	16
1.3. Вивчення властивості та можливості застосування оптоволокна у моді.....	22
1.4 Аналіз основних принципів бренду модного одягу.....	28
1.5. Аналіз ринку та конкурентного середовища брендів у стилі гранж...32	
Висновки до розділу 1.....	36
РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДПРОЄКТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	37
2.1. Дослідження впливу гранж-естетики та апсайклінгу на творчість брендів одягу.....	37
2.2. Вплив технічно – інноваційних чинників у формуванні естетики модних брендів у стилі гранж.....	43
2.3. Дослідження цільової аудиторії та її потреб у контексті гранж-естетики та технологій.....	49
Висновки до розділу 2.....	55
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНО-КОНСТРУКТОРСЬКИЙ.....	56
3.1. Розробка концепції бренду у стилі гранж.....	56
3.2. Трансформація творчого джерела в модель-образ.....	57
3.3. Композиційна побудова та формоутворення колекції.....	59
3.4. Використання технології оптоволокна у колекції	68
3.5. Розробка ідейної та цільової складової бренду.....	70
3.6. Розробка ескізів та технічних малюнків моделей колекції.....	71
Висновки до розділу 3.....	77
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	79
ДОДАТКИ.....	84

ВСТУП

Актуальність дослідження Індустрія моди постійно розвивається, що зумовлено попитом споживачів на інновації та унікальний досвід. Оскільки технології продовжують впливати на світ моди, оптоволоконний одяг стає новим і захоплюючим трендом. Дослідження впливу оптоволоконного одягу на брендинг є дуже актуальним, оскільки воно досліджує відносно недосліджений аспект індустрії моди. Розуміння того, як одяг з оптоволоконна впливає на ідентичність бренду, сприйняття споживачами та стратегії брендингу, надасть цінну інформацію модним компаніям, які прагнуть виділитися на конкурентному ринку та привабити сучасних, технічно підкованих споживачів.

Метою дослідження є вивчення та аналіз впливу сучасних технологій в дизайні одягу на брендинг в індустрії моди для створення бренду інноваційного одягу. Вивчаючи, як інтеграція волоконно-оптичних технологій впливає на ідентичність бренду, сприйняття споживачами та стратегії брендингу, дослідження має на меті показати екологічне використання старого одягу й осучаснити його за допомогою не складних світлових технологій.

Завдання дослідження:

- проаналізувати попередні дослідження за темою роботи;
- виділити характеристики гранжу з інших напрямів моди;
- дослідити можливості застосування світлових елементів у моді;
- провести аналіз брендів у стилі гранж та їхню екологічну цінність;
- проаналізувати джерела натхнення стилю гранж у колекції;
- проаналізувати метод апсайклінг у світовій моді;
- розробити творчу концепцію, фор-ескізи та ескізний ряд колекції;
- зробити підбір матеріалів та технічні елементів колекції;
- створити колекцію одягу унісекс у стилі гранж методом апсайклінг.

Об'єктом дослідження є процес розробки та створення інноваційної колекції одягу в стилі гранж з елементами оптоволоконна.

Предмет дослідження є створення колекції одягу в стилі гранж з інтеграцією оптоволоконних матеріалів.

Методи дослідження включають в себе огляд літературних джерел, що дозволило дослідити історичний початок стилю гранж. Було проведено візуальний аналіз інших брендів, що застосовували стиль гранж у колекціях. За допомогою методу порівняння було проаналізовано схожість та розбіжність між брендами одягу у стилі гранж. Створення ескізів та моделювання через програми Procreate та FashionDraw.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що воно досліджує виокремлення стилю гранж від інших модних тенденцій та його об'єднання з технічними елементами в контексті модного брендингу.

Практична цінність. Результат цього дослідження це розроблена та створена колекція одягу унісекс у стилі гранж з елементами оптоволоконна.

Апробація результатів дослідження публікація тез на конференції National Scientific Conference with International Student Participation "Challenges of visual arts and art education", Молдова, 2024 рік та представлений стартап-проект бренд «Antistar» у конкурсі «Кращий стартап КНУТД 2023» в рамках IV Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених «Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості», 2023 рік.

РОЗДІЛ 1 НАУКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ

1.1. Історія зародження субкультурних стилів та виокремлення стилю гранж у моді

Початком руху антимоди проглядається ще у 19 столітті. Рух денді, який виник у Англії та Франції, був одним з перших прикладів субкультурної моди. Денді, такі як Б. Брумелл, відкидали екстравагантність сучасної моди на користь стриманих, скроєних на замовлення костюмів, бездоганної доглянутості та вишуканих манер. Вони прагнули кинути виклик панівним нормам свого часу через свій особливий стиль і відмову від помітного споживання. Дендизм як соціокультурний феномен, заснований на візуальній демонстрації, як явище, в якому основні складові базуються на візуальних «ефектах»: стиль життя, зовнішній вигляд, манера поведінки, бодіарт тощо (Додаток Б, рис.Б.1) [1].

За рухом денді, виникла ще одна гілка антимоди – богема. Богемний рух середини 19-го століття, зосереджений у мистецьких спільнотах таких міст, як Париж, дав початок богемній моді. Богема відкинула буржуазну моду своєї епохи і прийняла більш розслаблений, нетрадиційний стиль, що характеризується вільним кроєм одягу, струмливими тканинами та яскравими кольорами. Цей рух заклав основу для пізніших контркультурних модних течій. Саме так у 40-ті роки XIX століття успішні буржуа презирливо називали молодих літераторів, акторів, художників і музикантів, які проживали в Латинському кварталі в Парижі - місці з низькою орендною платою за житло. З циганами їх порівнювали за безладний спосіб життя і жебрацьке існування.

Як відомо, молодість терпить поневіряння, а на веселощі щедра, навіть на порожній шлунок. Французький журналіст А. Мюрже використав образ молодих творців для написання свого твору "Сцени з життя богемі",

надрукованого 1848 року. Пізніше він став лібрето до опери Дж. Пуччіні "Богема"[16].

Антимода зазнала дуже різких змін у 20 столітті, тепер загальною тенденцією став жорсткий бунт та відрив від соціуму. Так відображено у руслі панк-року 1970-х років, особливо в Лондоні та Нью-Йорку. Панки прийняли навмисно провокаційний і саморобний стиль, що характеризується рваним одягом, шкіряними куртками, футболками гуртів і сміливими аксесуарами. Саме в цю епоху розпочинається розгалуження стилів моди на підгрупи [19].

Мода хіпі, квінтесенція контркультурного руху 1960-х років, виникла як потужний вираз бунту, миру та індивідуалізму. Вона була прямою відповіддю на панівні норми того часу і продовжує впливати на моду та культуру донині. Мода хіпі бере свій початок від покоління бітників - групи письменників і художників, які бунтували проти конформізму в 1950-х роках. Ці попередники руху хіпі часто характеризувалися нонконформістським вибором одягу, що включав такі елементи, як:

- Чорний одяг: Бітники часто носили чорний одяг на знак інтелектуалізму та неприйняття мейнстрімних тенденцій.

- Богемна естетика: Вільний, струмливий одяг, хустки та сандалі були основними елементами гардеробу покоління бітників, що відображали богемний, антиістеблішментний етнос [30].

Ренесанс Сан-Франциско, культурно-мистецький рух початку 1960-х років, мав вирішальний вплив на розвиток моди хіпі. Ключові фактори включали:

- Психоделічне мистецтво та музика: Психоделічне мистецтво та музична сцена в Сан-Франциско відіграли вирішальну роль у формуванні візуальних і слухових аспектів моди хіпі. Сміливі, барвисті візерунки та образи стали основним елементом стилю.

- Богемна контркультура: Район Хейт-Ешбері у Сан-Франциско став центром богемної контркультури. Мода в цій спільноті охоплювала

струмливий, невагомий одяг, а також одяг з перероблених матеріалів, ручної роботи та секонд-хенду.

Літо кохання 1967 року в центрі Сан-Франциско стало визначальним моментом для моди хіпі:

- Кольорові та еkleктичні стилі: Мода цієї епохи стала буйством кольору, з фарбуванням краваток, пейслі та яскравими візерунками, що прикрашали одяг. Це було свято індивідуальності, свободи та любові.

- Неприйняття мейнстрімної моди: Хіпі відкидали конформізм мейнстрімної моди і носили одяг, який відображав їхні антивоєнні, антиістеблішментські та про-мирні цінності.

- Натуральні волокна і босоніжки: Пріоритетом був комфорт, що зумовило використання натуральних, повітропроникних тканин, таких як бавовна та льон. Ходіння босоніж символізувало зв'язок із землею.

Мода хіпі зазнала значного впливу східних культур, зокрема індіанської та індіанської:

- Бохо-шик: Поєднання принтів в індіанському стилі, струмливих спідниць та аксесуарів з бісеру створило стиль бохо-шик, який залишається модним і сьогодні.

- Впровадження психоделії: Психоделічні переживання вплинули не лише на мистецтво, а й на одяг тієї епохи, з галюциногенними візерунками та технікою фарбування краваток.

Такі знакові постаті, як Дж. Гендрікс, Дж. Джоплін та Дж. Леннон, стали впливовими стилями для руху хіпі. Їхні сценічні вбрання часто включали ексцентричні, яскраві та непристойно кричущі речі. Мода хіпі продовжує мати тривалий вплив на моду і сьогодні, а такі елементи, як богемна естетика, фарбування краваток і торжество індивідуалізму, все ще переважають у сучасному одязі. Вона залишається символом контркультурного духу та вічного прагнення до миру, любові та свободи (Додаток Б, рис. Б.2) [5].

На протидію моді хіпі прийшла протилежна до неї субкультура готів. Готична мода - це самобутній і стійкий субкультурний стиль, що виник наприкінці 1970-х - на початку 1980-х років. Він характеризується похмурою, похмурою і часто театральною естетикою. Готична мода сягає своїм корінням кількох ключових впливів, що з'явилися наприкінці 1970-х років:

- Панк-рух 1970-х, що характеризувався ідеєю "зроби сам" і бунтом проти мейнстрімної моди, заклав підґрунтя для відмови готичної моди від мейнстрімних тенденцій.

- Пост-панк музика: Такі гурти, як Siouxsie and the Banshees, Joy Division та Bauhaus відіграли значну роль у формуванні звучання та стилю ранньої готичної культури. Їхня музика та сценічна присутність сприяли розвитку готичної моди [23].

Початок 1980-х років ознаменувався формалізацією готичної субкультури, центральним елементом якої стала мода. Готична мода охоплювала темну, похмуру естетику, з перевагою чорного одягу та акцентом на меланхолійних темах. Елементи вікторіанської та романтичної моди стали візитними картками готичного стилю. Корсети, мереживо, оксамит і струмливий одяг були широко поширені. Новоромантичний рух, позначений вишуканою та андрогінною модою, мав сильний вплив на ранній готичний стиль. Популярними стали оксамит, рюші та яскравий макіяж.

Клуб "Беткейв", відомий лондонський клуб, відіграв ключову роль у формуванні готичної моди та субкультури. Його похмура, авангардна атмосфера була притулком для готів, і він став плавильним котлом для різноманітних та експериментальних модних стилів.

Наприкінці 1980-х - на початку 1990-х років з'явилося багато готичних рок-гуртів. The Cure, Sisters of Mercy та Fields of the Nephilim, серед інших, підтримували зв'язок між музикою та модою. Такі піджанри, як дез-рок та індастріал, сприяли формуванню більш різкого та агресивного стилю. Шкіра, шипи та мода на військову тематику стали помітними (Додаток Б, рис. Б.3).

Готична мода продовжує розвиватися та урізноманітнюватися у 21 столітті:

- Кібергот та ню-гот: З'явилися нові підстилі, такі як кібергот (включає неонові та футуристичні елементи) та ню-гот (сучасний погляд на традиційну готику з сучасним мінімалізмом).

- Зроби сам і субкультурна автентичність: Готична мода залишається тісно пов'язаною з культурою "зроби сам", багато прихильників якої виготовляють або створюють свій власний одяг. Ця автентичність високо цінується в субкультурі.

- Вплив на високу моду: Елементи готичної моди періодично впливають на дизайнерів високої моди, в результаті чого на подіумі з'являються колекції, натхненні готикою.

- Глобальна готика: Субкультура вийшла за межі кордонів, готичні спільноти процвітають по всьому світу, що призвело до появи багатого гобелену регіональних варіацій та інтерпретацій.

Таким чином, готична мода має багату і складну історію, що сягає корінням у панк, пост-панк, романтизм і вікторіанські впливи. Протягом десятиліть вона розвивалася, урізноманітнювалася та адаптувалася до мінливого культурного ландшафту, зберігаючи при цьому свою характерну похмуру та підривну естетику. Готична мода продовжує залишатися потужною формою самовираження, спрямовуючи індивідуалізм і підривну діяльність проти мейнстріму [27].

Для прихильників спорту та комфорту, на американських просторах з'явився ще один стиль одягу, що став основою стилю гранж. Скейтбординговий стиль одягу виник як субкультурний модний рух у середині 20-го століття, тісно пов'язаний зі спортом - скейтбордингом. Цей особливий стиль являє собою поєднання функціональності, індивідуалізму та урбаністичного впливу.

Скейтбординг розвинувся в 1950-х і 1960-х роках, спочатку як відгалуження серфінгу. "Z-Boys", група впливових скейтбордистів з Санта-Моніки, Каліфорнія, допомогли сформувати цей вид спорту та його ранній стиль. Їхній одяг часто був продовженням культури серфінгу: бордшорти та графічні футболки. 1970-ті роки ознаменувалися появою скейтбордингу як контркультурного руху, що характеризувався ідеєю "зроби сам". Скейтбордисти часто створювали власні деки, одяг та аксесуари. Це самодостатнє ставлення поширювалося і на вибір одягу. Одяг

для скейтбордингу цієї епохи був розроблений для функціональності та довговічності. Кросівки з високим верхом, шкарпетки до колін та футболки вільного крою стали основними елементами (Додаток Б, рис.Б.4) [14].

У 1980-х роках почали з'являтися бренди, спеціалізовані на скейтбордингу, такі як Vans та Powell Peralta. Ці бренди представили фірмове взуття та лінії одягу для скейтбордингу, пристосовані до вимог цього виду спорту. Графіка стала визначальною рисою моди на скейтбординг: сміливі логотипи та унікальні дизайни прикрашали футболки та скейт-деки.

Коли скейтбординг перейшов з порожніх басейнів на міські вулиці, одяг почав включати в себе урбаністичні елементи. Мішкуваті штани, фланелеві сорочки та худі були популярними серед вуличних скейтерів. Скейтбордисти часто змінювали свої футболки за допомогою аерозольної фарби, маркерів та нашивок, втілюючи дух субкультури "зроби сам".

Культура скейтбордингу мала великий вплив на моду 1990-х років. Мішкуваті джинси, великі графічні футболки, кепки-снапбеки та кросівки з високим верхом стали основними трендами. Спостерігався тісний зв'язок між скейтбордингом і панк-роковою музикою, що призвело до злиття стилю скейтбордингу з панк-естетикою, включаючи картаті сорочки та одяг у стилі "дистресс".

Сьогодні мода на скейтбординг охоплює широкий спектр стилів, від ретро-впливу 80-х і 90-х до більш сучасного, натхненного вуличним одягом.

Межі між скейтбординговою модою та вуличним одягом розмилися, і такі бренди, як Supreme та Palace, бездоганно поєднують естетику скейтбордингу з висококласним вуличним одягом. Відповідно до сучасного занепокоєння про навколишнє середовище, сталий та екологічний вибір одягу стає все більш важливим у скейтбординговій моді [25].

Таким чином, поява стилю одягу для скейтбордингу тісно переплітається з еволюцією спорту та субкультурним корінням. З перших днів свого існування як функціонального одягу "зроби сам" до впливової ролі у формуванні мейнстрімної

моди, скейтбордингова мода залишається свідченням індивідуалізму, автентичності та поєднання спорту, мистецтва і стилю.

Стиль гранж виник у Сполучених Штатах Америки на початку 1990-х років як субкультурний рух, тісно пов'язаний із музичною сценою Сіетла. Гранж став виразом протесту проти усталених норм суспільства, ідей споживацтва та гламуру, що домінували в поп-культурі 1980-х років. Ця контркультурна течія вирізнялася своїм бунтівним настроєм і небажанням слідувати модним тенденціям, що створило основу для виникнення однойменного стилю в одязі [6].

Сіетл – це місто, яке на той час було відомим своїм ізольованим становищем від решти Сполучених Штатів. Цей регіон став домівкою для численних молодих людей, які відчували розчарування в суспільних цінностях і знаходили вихід у музиці та мистецтві. Музичні гурти, такі як Nirvana, Pearl Jam, Soundgarden і Alice in Chains, стали піонерами нового звуку, який поєднував елементи панку та хеві-металу, створюючи новий музичний жанр — гранж [15].

Ця субкультура зазнала значного впливу панк-року, інді-року та альтернативного року, а гурти часто виступали на невеликих затишних майданчиках. З часом стилістиці гранж трансформувалася під впливом зміни суспільної ситуації й стиль пізнав сталого розвитку, ставши частиною інших стилів моди (Додаток Б, рис.Б.5).

Ключові впливи:

1. Музика: Музика гранжу була значним рушієм стилю. Гурти використовували сире, антиістеблішментське звучання, яке часто відкидало відшліфовану та гламурну музику епохи.

2. Естетика "зроби сам": Етос панк-культури "зроби сам" відіграв вирішальну роль. Гранж-мода часто включала одяг ручної роботи або економний одяг, що відображало відмову від мейнстрімного споживацтва.

3. Антимодне ставлення: Стилістиці гранж характеризувався розпатланим і неохайним зовнішнім виглядом, що різко контрастувало з модними образами того часу.

4. Тихоокеанське північно-західне середовище: Вологий, дощовий клімат регіону вплинув на вибір матеріалів для одягу: фланелеві сорочки та важкі черевики стали практичним вибором.

Гранжовий стиль можна описати як своєрідний антимодний рух. Його основні характеристики включають багат шаровість, комбінацію різних текстур і матеріалів, а також загальний вигляд, який іноді виглядає «зношеним» або «недбалим». Типові елементи одягу в стилі гранж включають:

1. Фланелеві сорочки: Один із головних символів стилю, який підкреслював простоту та практичність. Фланель стала улюбленою тканиною завдяки її теплоті та доступності.

2. Рвані джинси: Цей елемент одягу символізував недбалість і неповажність до встановлених модних норм. Джинси з дірками, потертостями і навіть плямами стали відмітним знаком гранжової субкультури.

3. Старі футболки та светри: Часто це були футболки з логотипами улюблених гуртів, які мали символічне значення для власника. Светри часто були зношеними, великими або навіть позиченими у старших родичів.

4. Важке взуття: Військові черевики або важкі черевики стали важливою складовою стилю, додаючи образу агресивності та бунтівного характеру.

5. Недбалість у зачісці: Важливим елементом була природність і відсутність «завершеного» вигляду. В зачісках переважали довге, нерівно підстрижене волосся або розпатлані зачіски.

Відмінною рисою стилю гранж була також його доступність: ці речі були легкими у придбанні, часто вживаними, що лише підсилювало протест проти модної індустрії та її комерційної спрямованості.

Для розробки колекції одягу у стилі гранж, було виділено характерні елементи кожного стилю антимоди та зведено їх з характеристиками гранжу, щоб потім створити комбінацію стилів у колекції одягу (Додаток Б, рис.Б.6).

У 1990-х роках стиль гранж став справжнім викликом гламурній та матеріалістичній моді 1980-х. Це було частково обумовлено економічними умовами: рецесія початку 1990-х років зробила багатьох молодих людей менш

схильними до витрачання грошей на модний одяг. Гранж втілював ідею, що мода не повинна бути дорогою чи складною; навпаки, це був спосіб самовираження без надмірних витрат [2].

Проте парадоксальність виникає в тому, що цей антимодний рух у короткий термін став комерційним. У міру того як музика гранж ставала дедалі популярнішою, мода почала підхоплювати цей стиль. У 1992 році Марк Джейкобс (Marc Jacobs), тоді ще молодий дизайнер, представив свою колекцію для бренду Perry Ellis, яка була натхнена стилем гранж. Це призвело до того, що гранж почав проникати в основну моду, що, в свою чергу, сприяло його поширенню серед широкої публіки. У 1990-х роках навіть такі великі модні бренди, як Calvin Klein та Versace, почали включати елементи гранжу у свої колекції.

Колекція викликала значний резонанс. Вона спонукала до рефлексії над її головною ідеєю, яка акцентувала на перевазі духовних цінностей над матеріальними. Основним меседжем стало твердження, що функціональність одягу, зокрема його здатність забезпечувати захист від холоду, є пріоритетною перед його естетичними характеристиками.

Цей новаторський підхід мав ефект уповільненої дії: спершу він викликав значний емоційний відгук серед глядачів модного показу, а наступного дня спричинив суспільний ажіотаж, коли журналісти оприлюднили зображення колекції. Незабаром цей стиль охрестили "маргінальним шиком", і шанувальники моди одразу ж прагнули наслідувати його. Це й не дивно, адже люди втомилися від обмежень дрес-коду і прагнули можливості виразити свою індивідуальність. Важливо зазначити, що гранж-мода має своїх шанувальників і багате культурне значення, але вона також зіткнулася зі своєю часткою недоброзичливців і критиків:

1. Неохайність і розхристаність: Гранж-моду часто критикують за її навмисно розпатланий і неохайний вигляд. Недоброзичливці стверджують, що вона пропагує недбалу та неохайну естетику, яка підриває традиційні принципи моди, що часто підкреслюють чистоту та охайність.

2. Відмова від розкоші та елегантності: Гранж-мода, з її акцентом на вживаному і поношеному одязі, сприймається як відмова від розкоші і пишноти.

Критики стверджують, що це суперечить давній традиції в моді оспівувати пишне та елегантне вбрання.

3. Антимодна естетика: Гранж часто розглядають як антимодний стиль, що кидає виклик усталеним модним нормам. Критики стверджують, що цей етос підриває індустрію моди, яка побудована на тенденціях, інноваціях та змінах, і що він може перешкоджати творчості в цій галузі.

4. Комерціалізація та консюмеризм: Деякі критики припускають, що комерціалізація гранж-моди в 1990-х роках, коли висококласні бренди перейняли цей стиль, розбавила його первісний антиконсьюмеристський і контркультурний етос. Ця комерціалізація розглядається як така, що суперечить бунтарським витокам руху.

5. Культурне привласнення: Гранж-мода критикується за культурне привласнення, особливо коли її носять люди, які можуть не знати про культурні та історичні корені руху або не бути пов'язаними з ним. Це може розглядатися як нечутливість і неповага.

6. Відсутність індивідуальності: Хоча гранж-мода підкреслює індивідуальність, деякі критики стверджують, що вона стала уніфікованою, коли люди імітують один і той самий стиль. Це може призвести до відсутності справжнього індивідуального самовираження.

7. Нетрадиційні стандарти краси: Гранж-мода часто охоплює нетрадиційні та невідповідні стандарти краси, кидаючи виклик традиційним уявленням про привабливість. Критики стверджують, що це може призвести до не представленості та недопредставленості певних груп у моді.

8. Сумніви щодо сталості: Хоча гранж-мода часто асоціюється зі сталим розвитком та використанням вживаного одягу, критики ставлять під сумнів, чи справді цей рух сприяє сталому розвитку, чи це просто тренд, який капіталізує екологічно чисті цінності.

Це комерціалізація гранжу викликало певний розкол всередині субкультури. Багато шанувальників і музикантів відчували, що комерційний успіх зраджує

автентичність і початкові ідеали руху. Однак цей процес також підкреслив глибокий вплив, який стиль гранж мав на моду.

Протягом останніх десятиліть стиль гранж пройшов значну еволюцію. З одного боку, він втратив деякі з своїх початкових антимодних характеристик, ставши частиною мейнстріму. Багато елементів, що раніше були характерні для гранжу, тепер можна знайти в колекціях великих дизайнерів. З іншого боку, стиль продовжує зберігати свій бунтівний дух, зокрема завдяки його впливу на сучасні молодіжні субкультури [9].

Сьогодні гранж активно поєднується з іншими стилями, такими як streetwear та панк. Це дозволяє зберегти його актуальність і привабливість для нових поколінь. Окрім того, дедалі більше уваги приділяється екологічним аспектам моди, що відображає початкову ідею гранжу — відхід від комерційності та споживацтва.

У 2010-х роках спостерігалось відродження стилю гранж, коли багато дизайнерів і брендів знову звернулися до цієї естетики. Гранж став частиною нових колекцій і був інтерпретований на сучасний лад. Цей період відзначився впровадженням нових технологій і матеріалів, які додали стилю гранж нових відтінків, роблячи його ще більш цікавим для молодого покоління.

Попри свою еволюцію, гранж продовжує залишатися символом протесту та індивідуальності. Це стиль, який відображає постійне прагнення до свободи, відмови від обмежень та бажання бути самим собою, незалежно від суспільних норм та очікувань [40].

1.2. Аналіз сучасних модних тенденцій одягу у стилі гранж

Стиль гранж, попри своє контркультурне походження, має стійкий вплив на сучасну моду. З моменту свого виникнення в 1990-х роках, він залишався важливою частиною модних тенденцій, але з часом зазнав значних трансформацій. Сучасна мода адаптувала естетику гранжу до нових умов, використовуючи її ключові елементи для створення як повсякденних, так і висококласних колекцій.

Гранж нині займає помітне місце у колекціях багатьох дизайнерів, що демонструє його здатність інтегруватися в різні сегменти модного ринку. Цей стиль переосмислюється відповідно до актуальних тенденцій, зберігаючи при цьому свою бунтівну сутність. Його вплив можна побачити в різних напрямках сучасної моди: від streetwear до high fashion.

Сучасний стиль гранж зберігає свою основну естетику, але стає більш еклектичним, поєднуючи елементи з різних епох і стилів. Одним із ключових аспектів цієї еволюції є інтеграція елементів інших модних напрямів, таких як панк, рок, streetwear та навіть спортивний стиль. Це поєднання дозволяє створювати нові й цікаві образи, які є одночасно свіжими та автентичними [21].

На відміну від оригінального гранжу 1990-х років, який був більш автентичним і бунтівним, сучасний гранж може бути більш продуманим і структурованим. Це проявляється в ретельно підібраних образах, де кожен елемент має своє значення. Проте основні характеристики стилю, такі як багат шаровість, недбалість, поєднання різних текстур і матеріалів, залишаються незмінними.

Еклектичність сучасного гранжу також проявляється в його здатності поєднувати різні елементи в одному образі. Наприклад, поєднання шкіряних курток із фланелевими сорочками або мереживних суконь із важкими черевиками створює цікавий контраст, який підкреслює індивідуальність і непередбачуваність стилю.

Одним із важливих аспектів сучасного гранжу є використання кольору та матеріалів. У традиційному гранжі домінували темні, приглушені кольори, такі як чорний, сірий, темно-зелений і коричневий. Однак сучасні дизайнери експериментують із кольоровою палітрою, додаючи яскравіші відтінки, які контрастують із класичними елементами гранжу. Наприклад, червоні або жовті акценти можуть підкреслювати певні деталі одягу, створюючи яскравіший і динамічніший образ.

Щодо матеріалів, сучасний гранж часто використовує суміш традиційних і новітніх тканин. Окрім класичних фланелевих сорочок і джинсів, дедалі частіше використовуються шкіра, вініл, сітка, мереживо та навіть інноваційні матеріали,

такі як неопрен чи голографічні тканини. Така комбінація дозволяє створювати одяг, який є не лише стильним, але й функціональним, зберігаючи при цьому характерну гранжову естетику [13].

Одна з ключових тенденцій у сучасній моді — це орієнтація на екологічність і етичність виробництва одягу. Гранж, як стиль, який спочатку виник із використанням старого, зношеного одягу, природно вписується в цю концепцію. Сучасний гранж активно використовує підхід до переробки та повторного використання матеріалів, що є відображенням загальних тенденцій у моді на сталий розвиток.

Наприклад, дизайнери можуть використовувати перероблені тканини або створювати нові колекції, що складаються з елементів старого одягу. Це не тільки знижує екологічний слід виробництва, але й підкреслює унікальність кожного виробу. Крім того, багато брендів, що працюють у стилі гранж, акцентують увагу на прозорості виробництва, що дозволяє покупцям знати більше про те, як і де було виготовлено їхній одяг [22].

З моменту своєї появи на подіумах у 1990-х роках, гранж поступово ставав частиною високої моди. Сучасні дизайнери часто звертаються до цього стилю, використовуючи його елементи для створення люксових колекцій. Це дозволяє поєднувати бунтівну естетику з витонченими техніками та матеріалами.

Такі модні будинки, як Saint Laurent, Alexander McQueen, і Balenciaga, відомі своїми гранжевими колекціями, в яких класичні елементи стилю переосмислюються у контексті високої моди. Наприклад, рвані джинси можуть бути виконані з високоякісного деніму, а важкі черевики можуть мати складну конструкцію та деталі. Це дозволяє поєднувати бунтівний дух гранжу з розкішшю та майстерністю [32,9].

Marc Jacobs був одним із перших дизайнерів, який переніс стиль гранж із субкультурної ніші на подіуми. У 1993 році, працюючи для бренду Perry Ellis, він представив колекцію, яка втілила естетику гранжу, поєднуючи вільні силуети, багатошарові образи та елементи, натхненні вуличним стилем. Колекція мала помітний відгук у світі моди і започаткувала популярність гранжу на високих

подіумах. Ось кілька характеристик стилю, які він використовував у цій та наступних колекціях:

- Матеріали та текстури: Jacobs використовував фланель, в'язані тканини та потертий денім, що підкреслювало практичність і зношеність, властиву гранжу. Це створювало «недбалу», але продуману естетику, що відходила від класичного уявлення про розкіш (Додаток Б, рис.Б.7);

- Силуети та крій: Колекція характеризувалася вільними силуетами, багатошаровими поєднаннями та асиметричними лініями. Сукні з мереживом і міні-спідниці поєднувалися з важкими черевиками, що створювало контрастний, але цілісний образ (Додаток Б, рис.Б.8).

- Аксесуари та взуття: Jacobs застосовував важкі черевики і масивні шапки, які стали символом гранжу. Це створювало бунтівний образ, натхненний музичними іконками гранж-сцени, такими як Курт Кобейн.

Колекція викликала неоднозначну реакцію: хоча вона отримала схвалення молодіжної аудиторії та шанувальників субкультури, багато представників модної індустрії сприйняли її критично, що навіть призвело до звільнення дизайнера з Perry Ellis. Тим не менш, його бачення стилю стало революційним і надихнуло інші бренди на включення гранжу у свої колекції.

Alexander McQueen часто звертався до стилю гранж у своїх колекціях, додаючи йому власний погляд через естетику темряви, драми та експериментів з текстурами і формами. Колекція Осінь/Зима 1996 року під назвою «Данте» McQueen в стилі гранж відрізняються від класичного розуміння цього стилю, що характеризується недбалістю і неформальним виглядом, але їхні елементи продовжують відсилають до анти-моди, естетики "недосконалості" та протесту.

Ось основні риси гранжу в колекціях Alexander McQueen:

- Асиметрія та багатошаровість: McQueen поєднує багатошарові сукні та сорочки з рваними краями, асиметричні силуети і об'ємні форми, що створюють відчуття хаотичності й недбалості, властиве стилю гранж;
- Текстури і тканини: У багатьох колекціях можна побачити поєднання таких матеріалів, як шкіра, оксамит, джинс та грубий трикотаж, які надають одягу

вигляд зношеності. Також часто використовуються ефекти "розірваних" або зістарених тканин, що додає образам бунтівного характеру (Додаток Б, рис.Б.9);

- Темна палітра кольорів: Гранж у виконанні McQueen часто має темну кольорову палітру – чорний, глибокий бордо, сірий, іноді з яскравими акцентами (червоний, золотий). Це створює готичний настрій, що підсилює драматичний ефект;
- Декоративні елементи: McQueen любить експериментувати з фурнітурою й оздобленням – шипами, заклепками, ланцюгами, іноді додаючи перехресні ремені та інші елементи, які нагадують панк-стиль. Це додає гранжевим образам додаткової агресивності й "сирості".
- Вплив мистецтва та історії: McQueen часто черпає натхнення у мистецьких і культурних темах, додаючи елементи історичної естетики (як у колекціях, що містять ремінісценції на середньовіччя або вікторіанську епоху). Його підхід до гранжу можна вважати осучасненим, інтелектуалізованим, часто з багат шаровим символізмом (Додаток Б, рис.Б.10).

Saint Laurent під керівництвом Хеді Слімана також увійшов у моду гранжу, проте з більш розкішним підходом. Slimane, будучи арт-директором бренду з 2012 по 2016 роки, трансформував естетику Saint Laurent, створивши нову інтерпретацію гранжу, яка поєднувала елементи розкоші з бунтарськими рисами.

- Матеріали та текстури: У колекціях Slimane для Saint Laurent гранж переосмислювався за допомогою шкіри, вельвету та дорогої тканини, такої як оксамит. Slimane підняв естетику гранжу на новий рівень, адаптуючи її до світу високої моди за допомогою преміальних матеріалів і якісного пошиття (Додаток Б, рис.Б.11).
- Силуети та крій: Силуети були схожими на оригінальний гранж, але з більш витонченим підходом. Наприклад, Slimane застосовував вузькі джинси, шкіряні куртки та сукні у стилі «baby doll», поєднуючи їх із гламурними деталями, як-от блискітки чи мереживо. Це додавало гранжу витонченості, що дозволяло йому відповідати високим стандартам моди.

- Аксесуари та деталі: Slimane часто використовував важкі аксесуари, як-от ремені з металевими пряжками, великі браслети та ботільйони. Ці елементи додавали образам агресивності й завершували образ рок-зірки.

Колекції Saint Laurent під керівництвом Slimane привернули увагу завдяки комерційному успіху та новій інтерпретації гранжу. Його підхід був контрастним: він зберігав бунтарський дух, але надавав йому вишуканості, що зробило його привабливим для багатой молоді. Це сприяло поверненню гранжу на подіуми у більш люксовій версії, привертаючи нову аудиторію.

Якщо порівняти колекції цих дизайнерів можна побачити перспективу того як оригінальний гранж зкомбінувався з високою модою, що призвело до втрати деяких цінностей цього напрямку у моді 90-х, таких як: дух бунтарства, вторинне використання одягу, втрата основного джерела стилю – музики тощо. У випадку колекції Marc Jacobs, був отриманий більше осуд ніж захоплення, тим самим побудив стереотип в індустрії моди. Це спостерігається у колекціях Alexander McQueen та Saint Laurent, що додали до гранжу те, що поширяться на більшу аудиторію [2].

Ще однією важливою тенденцією у сучасному гранжі є використання новітніх технологій. Інновації у виробництві одягу відкривають нові можливості для дизайнерів, дозволяючи їм експериментувати з формою, кольором і матеріалами. Наприклад, впровадження 3D-друку, лазерного різання та інтеграції електроніки в одяг дозволяє створювати унікальні вироби, які можуть змінювати свій вигляд у реальному часі.

Деякі сучасні бренди почали використовувати інтерактивні матеріали, які змінюють свій колір або текстуру залежно від умов навколишнього середовища. Це додає нових можливостей для самовираження та робить стиль гранж ще більш інноваційним і захопливим.

Інші приклади включають одяг, виготовлений з використанням оптоволокна, який може світитися або відображати різні візерунки. Такий одяг поєднує функціональність з естетикою, що дозволяє створювати абсолютно нові образи, які відповідають сучасним потребам і трендам.

У сучасному світі соціальні мережі відіграють вирішальну роль у популяризації модних тенденцій, і гранж не є винятком. Платформи, такі як Instagram і TikTok, сприяють поширенню цього стилю серед молодого покоління, яке цінує його автентичність і виразність. Сьогодні гранж часто стає частиною так званих "цифрових колекцій", де дизайнери створюють віртуальні образи, які можуть бути використані в соціальних мережах або відеоіграх.

Гранж також залишається популярним серед знаменитостей і впливових людей. Такі зірки, як Біллі Айліш, які активно використовують елементи гранжу у своєму стилі, роблять цей напрям.

1.3 . Вивчення властивості та можливості застосування оптоволокна у моді

Індустрія моди все більше використовує інноваційні матеріали та технології, революціонізуючи спосіб розробки, виробництва та споживання одягу. Досягнення в області тканинних технологій, таких як розробка смарт-текстилю, представили матеріали, які можуть адаптуватися до умов навколишнього середовища або потреб користувачів. Наприклад, матеріали для зміни фази (PCM) можуть регулювати температуру, пропонуючи підвищений комфорт, підлаштовуючись під тепло тіла. Аналогічно, електроніка, яку можна носити на одязі, зробила крок вперед, з тканинами, що включають провідні волокна, що дозволяють інтегруватися з електронними пристроями, такими як датчики моніторингу здоров'я. Використання технології 3D-друку також змінює моду, дозволяючи створювати складні структури одягу та аксесуари з безпрецедентною точністю та налаштуванням [13].

Волокна є основними будівельними блоками текстилю, відіграючи вирішальну роль у визначенні властивостей і застосування тканин в індустрії моди. Характеристики волокон - такі як їх міцність, еластичність, поглинання вологи та теплові властивості - безпосередньо впливають на функціональність, естетику та стійкість модних виробів. Натуральні волокна, включаючи вату, вовну, шовк і льон,

використовуються століттями і цінуються за комфорт, повітропроникність і біорозкладність. Бавовна, наприклад, дуже абсорбуюча і м'яка, що робить її ідеальною для повсякденного носіння, тоді як шерсть цінується за ізоляційні властивості, ідеально підходить для зимового одягу. Шовк, з його розкішною текстурою і натуральним блиском, часто використовується в моді високого класу для вечірнього одягу та аксесуарів. Льон, відомий своєю міцністю і прохолодою, є популярним вибором для літнього вбрання завдяки своїй здатності гнати вологу від тіла [41].

Навпаки, синтетичні волокна, такі як поліестер, нейлон та акрил, були розроблені для підвищення специфічних якостей, таких як довговічність, еластичність та стійкість до усадки або зморшок. Поліестер, один з найбільш широко використовуваних синтетичних волокон, відзначається своєю міцністю, стійкістю до зморшок і швидко висихаючими властивостями, що робить його придатним для широкого спектру одягу, від активного одягу до офіційного одягу. Нейлон, з його високою еластичністю і міцністю, зазвичай використовується в панчішно-шкарпеткових виробках, білизні та спортивному одязі, в той час як акрилові волокна імітують властивості вовни і часто використовуються в трикотажному та верхньому одязі. Крім того, в індустрії моди спостерігається зростання використання регенованих волокон, таких як гауон, який поєднує в собі комфорт натуральних волокон з експлуатаційними характеристиками синтетики. Рауон, отриманий з целюлози, є м'яким, абсорбуючим, і драпірування добре, що робить його універсальним вибором для різних типів одягу [10].

Змішування різних волокон дозволяє дизайнерам створювати текстиль, який поєднує в собі кращі атрибути кожного матеріалу. Наприклад, бавовняно-поліестерні суміші забезпечують м'якість бавовни з довговічністю і стійкістю до зморшок поліестеру, в результаті чого тканини зручні, але прості в догляді. Аналогічним чином, вовняно-синтетичні суміші підвищують теплоту та еластичність одягу, забезпечуючи універсальність як у повсякденному, так і в офіційному одязі.

Крім традиційних волокон, індустрія моди також вивчає інноваційні та стійкі варіанти волокон, такі як перероблені волокна, волокна на біологічній основі та розумні волокна. Перероблений поліестер, виготовлений з пластикових пляшок після споживання, набирає популярності як стійка альтернатива незайманому поліестеру, зменшуючи витрати відходів та енергії у виробничому процесі. Волокна на біологічній основі, такі як волокна, отримані з бамбука або кукурудзи, пропонують поновлювані та біорозкладані альтернативи звичайним волокнам, поєднуючи зростаючий попит на екологічну моду. Розумні волокна, що включають технології, такі як матеріали для зміни фази або провідні нитки, розширюють межі функціональності в моді, дозволяючи одягу, який може адаптуватися до зміни температури, контролювати фізіологічні умови або навіть заряджати електронні пристрої.

Оптоволокно – це матеріал, здатний передавати світло через внутрішнє віддзеркалення. Зазвичай його виготовляють із надзвичайно тонких ниток скла або пластику, що дозволяє ефективно передавати світлові сигнали на великі відстані. Останнім часом оптоволокно почали активно використовувати в текстильній промисловості завдяки його естетичним і функціональним властивостям. Воно дозволяє створювати інтерактивний і світловий ефект у тканині, що робить його цікавим матеріалом для дизайнерів, які прагнуть інновацій у моді [29].

1. Скляне оптоволокно:

- **Склад:** Скляне оптоволокно виготовляють з високоякісного скла, яке забезпечує високу пропускну здатність світла (Додаток Б, рис.Б.12);

- **Переваги:** Це оптоволокно має вищу оптичну прозорість та довговічність порівняно з пластиковим волокном. Воно менш схильне до зносу, краще проводить світло і може використовуватися для створення яскравих візуальних ефектів;

- **Недоліки:** Скляне оптоволокно є тендітним і важчим у порівнянні з пластиковим. Через його крихкість і вагу скляне оптоволокно використовують обмежено, здебільшого для елементів одягу або аксесуарів, де важлива стабільна структура;

2. Пластикове оптоволокно:

- **Склад:** Пластикове оптоволокно, також відоме як полімерне оптоволокно (POF), виготовляється з полікарбонату або акрилу;

- **Переваги:** Воно значно гнучкіше та легше за скляне, що робить його придатним для інтеграції у тканину. Крім того, воно є доступнішим за ціною, тому його частіше застосовують у моді;

- **Недоліки:** Пластикове волокно менш стійке до пошкоджень і не забезпечує такої яскравості світлових ефектів, як скляне. Проте його популярність зростає завдяки можливості вбудовувати його у тканини для створення світлових ефектів у різних виробках, включно з одягом і аксесуарами;

3. Гібридне оптоволокно:

- **Склад:** Гібридне оптоволокно поєднує властивості скляного та пластикового оптоволокна, де центральна частина зазвичай є скляною, а зовнішня оболонка виготовлена з пластику;

- **Переваги:** Це дозволяє досягти високої міцності та гнучкості одночасно, зберігаючи якість передачі світла. Гібридні волокна використовують у текстильних проектах, де потрібна висока гнучкість, але не бажане втрачати якість світлових ефектів;

- **Недоліки:** Це волокно дорожче у виробництві й складніше у використанні для масових колекцій [41];

Інтеграція оптоволокна у тканину передбачає складний процес, оскільки волокна повинні бути правильно вбудовані для забезпечення гнучкості, зручності та функціональності. Основні способи інтегрування:

1. Вишивка та ткання:

- Оптоволокно можна вплітати у тканину, утворюючи світловий малюнок або контури. Завдяки цьому, можна створити ефекти, які освітлюють певні зони одягу, наприклад, логотипи або візерунки;

- Вишивка з оптоволоконном вимагає високої точності, оскільки важливо зберегти безперервність світлового шляху для ефективного світіння;

2. Нашивка окремих сегментів:

- Іноді оптоволокну інтегрується у вигляді окремих ділянок або панелей. Це може бути панель на рукаві або частина на спині, яка освітлюється під час носіння;

- Такий підхід популярний для створення спортивного одягу з підсвічуванням або для дизайнерських рішень, де світіння використовується як декоративний елемент;

3. Світлодіодне оптоволокну (Додаток Б, рис.Б.13):

- Світлодіодне оптоволокну поєднується з LED-лампочками, що вмикають та вимикають світло. Це дозволяє створювати більш яскраві, інтерактивні ефекти, наприклад, зміну кольорів або динамічне світіння;

- Такий підхід вимагає додаткових джерел живлення та керування, що може збільшити вагу виробу та потребувати вбудованих батарей;

4. Термозварювання та склеювання:

- В деяких випадках оптоволокну прикріплюють до тканини за допомогою термозварювання або спеціального клею. Це дозволяє створювати міцні світлові акценти без пошкодження основної структури тканини;

- Така техніка підходить для одягу з обмеженою гнучкістю або для аксесуарів, де волокну має чітко виділятися на поверхні;

Завдяки своїм унікальним властивостям, оптоволокну стало популярним серед дизайнерів, які прагнуть створювати незвичайні, експериментальні колекції. Оптоволокну інтегрують як у функціональний одяг, так і в аксесуари та сценічні костюми:

1. Спортивний одяг та аксесуари:

- Оптоволокну додає видимість у темряві, що є актуальним для спортивного одягу, наприклад, для бігунів чи велосипедистів. Світлові акценти підвищують безпеку, роблячи людину більш помітною у темний час доби.

2. Сценічні костюми:

- Оптоволокну використовується для створення ефектних сценічних образів, оскільки дозволяє створити світловий дизайн, що привертає увагу глядачів. Це популярно серед артистів, які прагнуть виділитися завдяки унікальним візуальним ефектам.

3. Модні колекції з інноваційним підходом:

- Деякі бренди використовують оптоволокло у капсульних колекціях, щоб продемонструвати унікальний підхід до дизайну. Наприклад, інтеграція світлових ефектів може використовуватися для створення ефекту омбре або світіння по всій площині виробу (Додаток Б, р ис.Б.14).

4. Сумки та аксесуари:

- Світлові елементи на ременях або краях сумок додають естетичну привабливість та підвищують видимість аксесуарів у темряві. Це може бути застосовано і до взуття, капелюхів або інших елементів, що підкреслюють стиль.

Переваги та виклики використання оптоволокло у текстилі:

Переваги:

- Естетичний ефект: Оптоволокло створює незвичайні світлові ефекти, що робить вироби привабливими та інноваційними;

- Функціональність: Підвищення видимості у темряві корисне для спортивного одягу та аксесуарів;

- Гнучкість у дизайні: Залежно від типу волокна можна створювати різноманітні візуальні ефекти, від світлових малюнків до повного освітлення;

Виклики:

- Живлення: Оптоволокло потребує джерела світла, що може вимагати вбудованих батарей та контролерів;

- Експлуатація: Така технологія інтеграції передбачає обережне використання, особливо при пранні, за інструкцією.

Підсумовуючи, різноманітні властивості та застосування волокон у моді дозволяють дизайнерам створювати одяг, який відповідає конкретним естетичним, функціональним та екологічним цілям. Оскільки галузь продовжує впроваджувати інновації, дослідження нових волоконних технологій, ймовірно, відіграватиме значну роль у формуванні майбутнього моди, стимулюючи досягнення в галузі сталого розвитку, продуктивності та налаштування.

1.4. Аналіз основних принципів бренду модного одягу

В основі будь-якого успішного модного бренду лежить його ідентичність, яку часто називають ДНК бренду. Це унікальне поєднання елементів, що визначає етику, естетику та цінності бренду, формуючи його зв'язок зі споживачем. У процесі концептуалізації важливо встановити чіткі місію, бачення та цінності, які стануть керівними принципами для історії бренду та повідомлень, які він транслюватиме. Успішний бренд також повинен мати чітко визначену візуальну та емоційну мову, яка резонуватиме з аудиторією. Ікони моди, такі як Chanel і Gucci, відомі своєю безпомилковою ідентичністю, яка пов'язана зі зрозумілою цільовою аудиторією і визнаними естетичними цінностями.

Для бренду у стилі гранж із інтеграцією оптоволоконних елементів це означає створення унікальної пропозиції, що поєднує культурну спадщину стилю гранж з інноваціями. Аналіз ринку та вивчення потреб споживачів допоможуть визначити прогалини та можливості для диференціації, тоді як зрозумілий образ бренду дозволить привернути аудиторію, яка цінує як екологічні, так і технологічні аспекти. Позиціонування такого бренду стане інноваційним, оскільки воно підкреслить переваги інтерактивності через світлові ефекти оптоволоконна та відповідальний підхід до матеріалів.

Естетика в цьому випадку стає критично важливою, оскільки інтеграція оптоволоконна дозволяє бренду зайняти нішу на стику стилю та технологій. Вибір колірної палітри, шрифтів і матеріалів, а також спосіб представлення на ринку матимуть вирішальне значення для сприйняття аудиторією та створення унікального візуального досвіду. У сучасній моді особливого значення набувають екологічні практики, що дозволяють показати відповідальність бренду перед суспільством, від добору матеріалів до прозорості процесів виробництва.

Включення оптоволоконна у гранж-бренд не лише розширює концепцію, а й дає можливість інтеграції сучасних технологій, що робить бренд унікальним. Це дозволяє створювати одяг, який не лише передає дух гранж-естетики, а й є виразом інноваційного підходу, що підкреслює футуристичність і гнучкість стилю, відкриваючи нові горизонти для поціновувачів нестандартної моди [15].

1. Аналіз і визначення цільової аудиторії

Цільова аудиторія бренду гранж з елементами оптоволокна — це сучасні індивідуалісти, що цікавляться модними інноваціями та екологічною відповідальністю. Аудиторія може включати:

- Молодь та технологічні ентузіасти: Лідери думок серед молоді, які цінують неординарний стиль та інноваційні рішення в одязі.

- Прихильники екологічної моди: Люди, які шукають нестандартні та індивідуальні речі, що поєднують автентичний стиль гранж і екологічну відповідальність, включно з ресайклінгом та стійким підходом у виробництві.

- Митці, музиканти, творчі особистості: Ті, хто прагне виразити себе через унікальні образи, що підкреслюють їхній зв'язок з інноваціями та природою.

2. Створення концепції бренду

Концепція бренду має передбачати баланс між інноваційними технологіями та автентичною гранж-естетикою:

- Основна ідея: Бренд, що поєднує естетику гранж з інтерактивними елементами оптоволокна, створюючи виразний, футуристичний образ, який підкреслює індивідуальність та сталий розвиток.

- Місія: Запропонувати унікальні рішення в стилі гранж, які містять інтерактивні елементи та підтримують екологічний підхід у моді.

- Візія: Бренд, що поєднує старі цінності гранжу та новітні технології, сприяючи відповідальному споживанню та створенню одягу, який дарує унікальний світловий ефект і водночас є екологічно чистим.

3. Розробка візуальної ідентичності бренду

- Логотип: Логотип може включати стилізовані світлові елементи, що символізують інтеграцію оптоволокна. Наприклад, це може бути графіка з імітацією світлового променя або логотип, що нагадує мерехтіння світла.

- Колірна палітра: Темні кольори (чорний, темно-сірий, темно-зелений) можуть доповнюватися неоновими відтінками (синій, зелений, червоний), що підкреслюють світлові елементи бренду.

- Шрифти та графіка: Рвані, недбалі шрифти з ефектом “мерехтіння” або “тремтіння” можуть підкреслити автентичність і додати ефект несправжньої стабільності, відсилаючи до технологій.

4. Розробка продуктів з використанням оптоволокна

- Вибір матеріалів: Використання перероблених і натуральних тканин у поєднанні з оптоволоконном створить екологічну цінність виробу. Наприклад, тканини з органічної бавовни або льону можна поєднувати з оптоволоконними нитками для підсвічування.

- Інтеграція оптоволокна: Оптоволоконні елементи можуть бути вбудовані у шви або нашиті у вигляді панелей на тканині, що створює ефект підсвічування. Важливо, щоб інтеграція не порушувала гнучкості одягу.

- Інтерактивні елементи: Оптоволокно можна комбінувати зі світлодіодами, щоб надати світлу різних відтінків, змінювати інтенсивність або навіть рухатись за бажанням користувача. Це дозволяє створити динамічний ефект у залежності від налаштувань.

5. Стратегія просування бренду з оптоволоконними елементами

- Соціальні мережі та візуальний контент: Бренд має використовувати соціальні мережі для демонстрації інтерактивних оптоволоконних елементів. Відео та фото в темряві, де світло підсвічує елементи одягу, можуть привертати увагу аудиторії та підкреслити унікальність бренду.

- Співпраця з технологічними інфлюенсерами: Оскільки інтерактивні світлові елементи привертають увагу, інфлюенсери, які працюють у сфері технологій, можуть показувати переваги такого одягу, роблячи його відомим серед технологічно обізнаної аудиторії.

- Сторітелінг на екологічну тематику: Акцент на сталому розвитку в поєднанні з інноваційними технологіями. На сайті та в соцмережах варто розповідати, як елементи оптоволокна доповнюють стиль гранж та як бренд підтримує екологічність за рахунок відповідального використання технологій і матеріалів.

6. Технічне забезпечення та екологічна відповідальність

- Живлення світлових елементів: У випадку інтерактивного освітлення важливо передбачити екологічні батареї або акумулятори, які можуть перезаряджатися і не шкодять навколишньому середовищу. (Дод.Б,Рис.Б.15)

- Транспарентність у використанні матеріалів: Бренд має відкрито демонструвати походження тканин і волокон, пояснюючи, як вони були перероблені або створені. Це підвищить довіру споживачів та підкреслить екологічну складову.

- Інноваційні методи виробництва: Упровадження технологій, які дозволяють зменшити витрати енергії або ресурсів, наприклад, автоматизоване вплітання оптоволоконна, яке дозволяє мінімізувати відходи матеріалів.

7. Аналіз ринку та адаптація

- Оцінка попиту на інтерактивні елементи: Вивчення популярності оптоволоконних виробів серед різних аудиторій, що дозволить коригувати дизайн і обсяг виробництва.

- Розширення продуктового ряду: На основі відгуків від споживачів можна додавати нові моделі або розширювати існуючі, включаючи додаткові функції, наприклад, зміну кольору світлових елементів або інтерактивність.

Ця методологія створення бренду поєднує традиційні елементи стилю гранж із сучасними технологіями та екологічними цінностями, що робить бренд унікальним і конкурентоспроможним на ринку.

1.5. Аналіз ринку та конкурентного середовища брендів у стилі гранж

Стиль гранж, що виник наприкінці 1980-х та на початку 1990-х років як субкультура та модний тренд, перетворився на значну нішу на ширшому ринку моди. Характеризується анти-модним етосом, проблемною естетикою та поєднанням панк, металу та рок-впливів, гранж залишається потужним символом повстання та невідповідності. Ринок моди в стилі гранж визначається поєднанням відомих брендів спадщини, дизайнерів, що розвиваються, і компаній швидкого

одягу, кожен з яких бореться, щоб відобразити чіткий етос цього стилю, одночасно обслуговуючи різноманітну і часто фрагментовану споживчу базу.

Ринок одягу зі світловими елементами, в тому числі оптоволонном, є порівняно новим, але швидко зростаючим сегментом. Він розвивається під впливом таких тенденцій, як технологізація моди, підвищений інтерес до інтерактивного одягу та особлива увага до самовираження через незвичні естетичні елементи. Зокрема, такі тенденції, як “fashion tech” і “wearable technology” (технологічний одяг), допомогли сформувати попит на речі, які є не просто функціональними, а й інтерактивними та здатними адаптуватися до стилю життя власника.

Також ринок розвивається під впливом соціальних медіа, де яскраві та незвичні елементи одягу привертають увагу й стають модними завдяки візуальній привабливості. Зростаюча зацікавленість у самовираженні через одяг із технологічними функціями може стати основою для створення гранж-бренду з оптоволонними елементами.

Бренди heritage, такі як Dr. Martens і Levi's, історично узгоджуються з рухом гранжу, пропонуючи такі продукти, як бойові черевики та проблемний джинс, які стали синонімом стилю. Ці бренди використовують свою давню репутацію та автентичність, апелюючи до споживачів, які прагнуть справжньої естетики гранжу, що походить з субкультури. Dr. Martens, наприклад, продовжує використовувати свій знаковий статус, виробляючи чоботи, які перегукуються з обома старшими поколіннями, які пережили оригінальну еру гранжу, і молодшою аудиторією, привабливою для ностальгічної привабливості (Додаток Б, рис.Б.16) [10].

На відміну від цього, сучасні дизайнери та нові бренди розширюють межі гранжу, наповнюючи його сучасними чуттєвістю та крос-жанровими впливами. Бренди, такі як Hedi Slimane's Celine і Demna Gvasalia's Balenciaga, переосмислили гранж, об'єднавши його з розкішною модою, створивши гібридний стиль, який подобається споживачам високого класу. Ці дизайнери зосереджуються на змішуванні сирих, неполірованих елементів гранжу з вишуканим пошиттям та преміальними матеріалами, пропонуючи більш складну, але все ще бунтарську

інтерпретацію стилю. Поява такої дизайнерської грандж-моди розширила ринок, залучивши споживачів, які цінують зіставлення високої моди з антистеблшментною тематикою (Додаток Б, рис.Б.17).

Швидкі модні бренди, такі як H&M, Zara і Forever 21, також зіграли вирішальну роль у демократизації моди гранж, зробивши її доступною для широкої аудиторії за доступними цінами. Ці компанії швидко реагують на тенденції, випускаючи колекції, натхненні гранжем, які повторюють естетику дизайнерів високого класу та брендів спадщини. Однак швидкий підхід до моди також призвів до проблем, включаючи занепокоєння щодо автентичності та стійкості. У той час як ці бренди досягли успіху в захопленні сутності гранджу через масове виробництво, вони часто стикаються з критикою за розбавлення оригінального етосу стилю і сприяння деградації навколишнього середовища (Додаток Б, рис.Б.18) [9].

Хоча на ринку не так багато брендів, що поєднують гранж-естетику з технологіями, існує кілька гравців і напрямків, які варто врахувати:

- Технологічні бренди моди: Бренди, як-от CuteCircuit або The Unseen, інтегрують світлові та інтерактивні елементи у свої колекції. CuteCircuit, наприклад, відомий своїм інноваційним підходом до LED-одягу, що змінює колір і світиться під час носіння. Хоча їхні колекції більше тяжіють до футуристичної естетики, ніж гранж, вони демонструють попит на інтерактивний одяг (Додаток Б, рис.Б.19).

- Функціональні технологічні бренди: Vollebak – це бренд, що створює функціональний одяг з інноваційних матеріалів, зокрема тих, що світяться у темряві, реагують на температуру тощо. Вони орієнтовані на аудиторію, яка цінує унікальність і функціональність, що може перекликатися з концепцією бренду у стилі гранж із оптоволоконними елементами (Додаток Б, рис.Б.20).

- Нішеві стартапи у сегменті світлотекстилю: Зростаюча кількість нішевих брендів використовує інтегровані світлові елементи для створення модних і функціональних продуктів, проте більшість з них зосереджена на спортивному або

сценічному одязі. Бренди у цій категорії, як правило, ще не досягли масового ринку, що відкриває можливості для створення нового гранж-бренду зі світловими акцентами.

Конкурентне середовище для брендів у стилі гранж ще більше ускладнюється зростанням цифрових платформ та соціальних медіа, які змінили те, як бренди продають свою продукцію та взаємодіють зі споживачами. Такі платформи, як Instagram, TikTok та Depop, стали важливими для просування гранж-моди, а впливові та мікро-знаменитості відіграють ключову роль у формуванні споживчих уподобань. Демократизація моди через соціальні медіа дозволяє меншим незалежним брендам конкурувати з відомими гравцями, досягаючи нішевої аудиторії, яка цінує унікальність та індивідуальність. Ці платформи також сприяли зростанню ринку секонд-хенду та вінтажу, де споживачі шукають автентичні, попередньо зношені шматочки гранжу, які відповідають оригінальному духу стилю DIY.

Крім того, зростаючий споживчий попит на стійкість вплинув на конкурентну динаміку на ринку гранж-моди. Бренди, які віддають перевагу етичним практикам виробництва, використовують перероблені матеріали або пропонують вінтажний та upcycled одяг, набирають обертів, особливо серед екологічно свідомих споживачів. Тенденція до сталого розвитку представляє як можливості, так і проблеми для гранж-брендів, оскільки вони повинні збалансувати властиву стилю привабливість з необхідністю вирішення сучасних етичних проблем.

На закінчення, ринок моди в стилі гранж є висококонкурентним і багатогранним, з рядом брендів і дизайнерів, що борються за увагу споживачів. Бренди Heritage, сучасні дизайнери, компанії швидкої моди та незалежні етикетки - все це сприяє багатому гобелену гранж-моди, кожен з яких приносить унікальні інтерпретації та стратегії на ринок. Розвивається ландшафт, керований цифровими інноваціями та зміною споживчих цінностей, продовжує формувати конкурентне середовище, гарантуючи, що гранж залишається динамічною та впливовою силою в індустрії моди.

Висновки до розділу 1

1. Досліджено антимодні рухи, що вплинули на стиль гранж, такі як: мода хіпі, готичний стиль, скейтбординговий. Було виділено основні характеристики стилю гранж: рвані елементи, багатошаровість тощо.
2. Проаналізовано сучасні модні тенденції у стилі гранж, де розібрано особливості гранжу у кольоровій палітрі одягу, силуетах, аксесуарах на прикладі деяких брендів таких як Saint Laurent, Alexander McQueen та Marc Jacobs для бренду Perry Ellis.
3. Зроблено аналіз властивості та можливості використання оптоволокна у моді, починаючи від технологій 3D друку й закінчуючи інтеграцією оптоволокна у тканину. Також розглянуто переваги та недоліки технології.
4. Проаналізовано основні принципи бренду модного одягу, що включало в себе визначення цільової аудиторії, створення концепції бренду, розробку візуальної ідентичності, стратегічне просування та конкурентів на ринку одягу у стилі гранж. Розглянуто бренди heritage - це Dr. Martens і Levi's, які історично узгоджуються з рухом гранжу та інші бренди, які використали гранж у своєму стилі.

РОЗДІЛ 2

ПЕРЕДПРОЄКТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Дослідження впливу гранж-естетики та апсайклінгу на творчість брендів одягу

Гранж-естетика та апсайклінг стали значущими трендами в сучасній моді, завдяки чому бренди поєднують нестандартну, бунтарську естетику з відповідальним ставленням до ресурсів. Гранж, що виник у 1990-х роках як стиль протесту проти масового споживання та гламурної моди, тісно переплітається з концепцією апсайклінгу, яка фокусується на повторному використанні матеріалів і створенні унікальних виробів зі старих речей. Це поєднання привертає увагу сучасних споживачів, які шукають індивідуальні, автентичні вироби, що виражають їхні екологічні та культурні цінності.

Гранж і апсайклінг не тільки стали стилістичним напрямком, але й вплинули на підходи до виробництва і дизайну одягу, відрізняючи бренди, які наслідують ці ідеї, від традиційної масової моди. Поєднання гранжу та апсайклінгу дозволяє створювати колекції з характерною недбалістю, асиметрією, багатошаровістю, які передають бунтарський дух стилю та відповідають концепції сталого розвитку. Таким чином, для брендів, які спираються на гранж-естетику та апсайклінг, кожен виріб є унікальним, що додає колекціям ексклюзивності.

Цей підхід знаходить відгук у споживачів, особливо серед молоді, що цінує нестандартний стиль і прагне зменшити свій вплив на екологію. Апсайклінг стає не лише засобом утилізації старих речей, але й способом створення нових значень у моді, використовуючи унікальні тканини, патини часу та відчуття автентичності.

В Україні ідея поєднання гранж-естетики з апсайклінгом активно підтримується низкою модних брендів, які намагаються знайти баланс між індивідуальністю та екологічністю.

Бренд Ksenia Schneider активно використовує перероблений денім у своїх колекціях, який відзначається характерним гранжевим стилем. Вони створюють

вироби з патчів деніму та асиметричних елементів, що підкреслює недбалість, властиву гранж-естетиці. Компанія відома своїми джинсами "Demi-Denims" — унікальними штанами, що поєднують кілька стилів у одному виробі. Завдяки використанню перероблених матеріалів бренд зберігає елементи автентичності і створює одяг, який виділяється на ринку (Рис.2.1) [42].



Рис. 2.1. Колекція Demi-Denims й Reworked Sportswear, Ksenia Schneider, 2017

Також український бренд Jeans Recycled спеціалізується на апсайклінгу старого джинсового одягу, надаючи нове життя непотрібним речам. Бренд використовує джинсові речі різних відтінків і стилів, поєднуючи їх у нових виробках, що мають характерний гранжевий вигляд. Кожен виріб виготовляється вручну, що додає йому унікальності та автентичності. Таким чином, Jeans Recycled відображає сучасний підхід до гранж-естетики, що ґрунтується на ідеї відновлення та переосмислення старих речей.

Український дизайнер Роксолана Богуцька (бренд RCR Khomenko) відома своїми колекціями, що поєднують естетику гранж з переробленими матеріалами та екологічним підходом. Її колекції включають перероблені тканини, елементи

зношеності, асиметрію та багатошаровість. RCR Khomenko фокусується на унікальності кожного виробу та використовує гранж як інструмент для вираження ідей стійкої моди (Рис.2.2) [35].

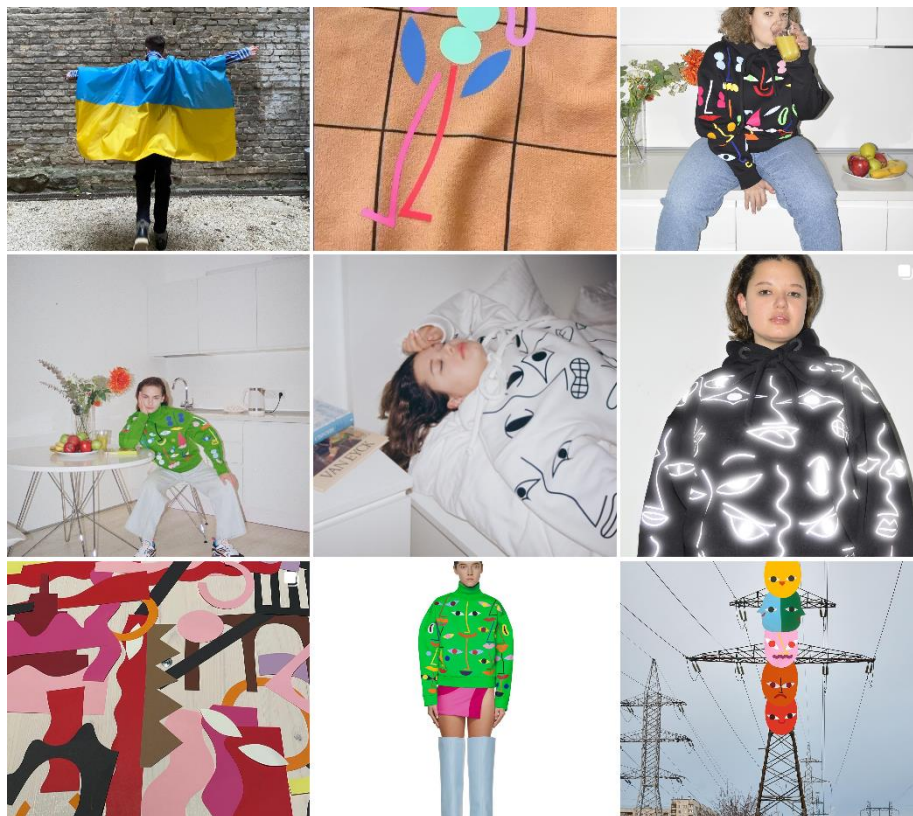


Рис.2.2. Instagram RCR Khomenko

У країнах Азії, особливо в Японії та Південній Кореї, гранж-естетика й апсайклінг також здобули популярність серед дизайнерів, які прагнуть поєднувати традиційні ремесла з новаторським підходом до моди. Азійські бренди часто адаптують гранж у контексті місцевих культурних цінностей, створюючи ексклюзивні вироби з унікальним баченням.

Японський дизайнер - Junya Watanabe, відомий своєю авангардною естетикою, часто використовує техніки апсайклінгу та поєднує різні тканини в одному виробі, що створює унікальний, експериментальний вигляд. Його колекції включають перероблений денім, нашарування різних текстур і використання "зношеності" як елементу дизайну. Стиль Watanabe впливає на популярність гранж-естетики в Азії, зокрема в японському стилі "дестрой" (Рис.2.3).



Рис.2.3. Моделі колекції Junya Watanabe S/S 2025

Бренд RE:CODE спеціалізується на апсайклінгу, використовуючи залишки тканин та старий одяг для створення нових виробів. RE:CODE підходить до виробництва одягу з фокусом на збереження ресурсів, перетворюючи старі речі на стильні, функціональні предмети одягу з характерними рисами гранжу: багатошаровістю, асиметрією та комбінацією різних матеріалів. RE:CODE не просто випускає одяг, а й підтримує екологічні ініціативи, що знаходить відгук серед свідомих споживачів (Рис.2.4) [43].



Рис. 2.4. Моделі одягу бренду RE:CODE від Nike, Південна Корея, 2020

Бренд Maison Mihara Yasuhiro поєднує апсайклінг з авангардним підходом до моди, використовуючи елементи гранжу, такі як асиметрія та грубі тканини. Mihara Yasuhiro експериментує з різними матеріалами, комбінуючи зношені, старі елементи з новими тканинами, створюючи оригінальний, бунтарський вигляд. Його колекції відображають інноваційний підхід до переосмислення стилю і додають йому глибини завдяки філософії сталого розвитку (Рис.2.5).



Рис.2.5. Колекція Maison Mihara Yasuhiro, Японія, S/S 2022

Згідно з останніми дослідженнями щодо сталого розвитку, близько 10-15% брендів у світі активно використовують апсайклінг у своїх виробничих процесах. Цей показник включає як нішеві бренди, що спеціалізуються на апсайклінгу, так і великі компанії, які випускають обмежені апсайклінг-колекції або іноді використовують перероблені матеріали для створення нових виробів.

Причини відносно низького відсотка брендів, які використовують апсайклінг, пов'язані зі складністю процесу переробки старих речей, необхідністю додаткових ресурсів для сортування, обробки та модифікації використаних тканин. Однак цей показник продовжує зростати, оскільки попит на сталу моду серед споживачів збільшується.

Згідно з даними досліджень сталого споживання, близько 30-40% споживачів у всьому світі виявляють зацікавленість у купівлі апсайклінг-одягу або одягу з перероблених матеріалів. Водночас приблизно 10-15% споживачів регулярно купують такий одяг, тобто здійснюють покупки виробів зі вторинних матеріалів або апсайклінг-колекцій як частину своїх щоденних покупок.

Попит на апсайклінг-одяг особливо високий серед молоді, яка є більш свідомою щодо екологічних проблем і прагне підтримувати бренди, які надають перевагу сталому виробництву.

Поєднання гранж-естетики та апсайклінгу значно вплинуло на сучасну модну індустрію, особливо серед брендів, що орієнтуються на екологічні цінності та індивідуальність. Українські та азійські бренди демонструють різні підходи до цього стилю, кожен з яких відображає локальні культурні й соціальні особливості. Апсайклінг як частина гранж-естетики надає брендам можливість створювати автентичні та унікальні вироби, які підкреслюють індивідуальність і відповідають на потреби сучасних споживачів, орієнтованих на сталий розвиток і унікальність.

2.2. Вплив технічно – інноваційних чинників у формуванні естетики модних брендів у стилі гранж

Історично мода формувалася завдяки доступності та інноваційності матеріалів. У стародавні часи доступні типи тканин, такі як шовк, вовна або льон, були тісно пов'язані з ресурсами та технологіями регіону. Наприклад, шовк асоціювався з розкішшю і ексклюзивністю в Стародавньому Китаї, тоді як бавовна стала революційною тканиною в промислово розвиненій Європі. У 20 столітті синтетичні матеріали, зокрема поліестер і нейлон, справили значний вплив на трансформацію модного середовища. Ці синтетичні матеріали дозволили масове виробництво, демократизуючи моду і дозволяючи нову естетику, як гладкі, футуристичні конструкції бачили в 1960-х роках. Оскільки матеріали розвивалися, так само розвивалася ідентичність та позиціонування модних брендів, формуючи їх візуальну мову та привабливість ринку.

В останні роки стійкість стала однією з найважливіших рушійних сил розробки нових матеріалів. Споживачі все частіше вимагають екологічних, етичних та стійких варіантів у моді, що підштовхує бренди до інновацій. В результаті, модні бренди включають в свої колекції такі матеріали, як органічна бавовна, перероблений поліестер, Tencel і коноплі. Естетика, пов'язана з стійкою модою, часто відповідає природним, мінімалістичним і екологічно свідомим принципам дизайну, які відображають не тільки використовувані матеріали, але і етос бренду. Такі бренди, як Stella McCartney (Рис.2.6), стали відомі своєю прихильністю до сталого розвитку, використовуючи інноваційні матеріали, які приваблюють екологічно свідомих споживачів і формують сучасну елегантну естетику бренду [37].



Рис.2.6. Сумка з колаборації Stella McCartney & Sustainability

Матеріали та інноваційні технології відіграють ключову роль у створенні впізнаваного стилю бренду, особливо коли йдеться про естетику гранж. Гранж, з його сирію, недбалою естетикою, історично асоціювався з натуральними, потерто-ефектними тканинами та багатошаровістю, що додавало стилю унікальності та бунтарського духу. У сучасній моді поєднання традиційних матеріалів з інноваційними, такими як оптоволокно та технологічні тканини, дозволяє створювати новий вигляд гранжу, зберігаючи його автентичність, але додаючи елементи сучасного дизайну [36].

Гранж-естетика базується на використанні простих, натуральних і "зношених" матеріалів. Ось деякі з них:

- Денім: Один із основних матеріалів у гранж-стилі, що відомий своєю довговічністю і здатністю добре зношуватися, набуваючи автентичного вигляду. Зазвичай денім у гранж-одязі має потертий вигляд, рвані або необроблені краї, що підсилює недбалу естетику стилю;
- Фланель: Фланелеві сорочки в клітку стали своєрідним символом гранж-естетики, додаючи м'якості і теплої текстури багатошаровим образам. Цей матеріал забезпечує комфорт і простоту, відображаючи повсякденність та практичність стилю;

- Екошкіра: Шкіряні куртки є популярним елементом у гранжі, додаючи образам рок-н-рольного вигляду. Зношена шкіра із подряпинами або вицвілими ділянками підсилює бунтарський характер стилю;
- Трикотаж і в'язка: Широкі в'язані светри, виготовлені з натуральної пряжі, часто додають до гранжевих образів об'єму та недбалості. Такий матеріал підходить для багатосарових ансамблів, характерних для гранжу (Додаток Б, Табл. Б.1).

Інтеграція високотехнологічних тканин являє собою значне нововведення в моді. Ці матеріали забезпечують підвищену функціональність, поєднуючи продуктивність з естетичною привабливістю. Наприклад, розумний текстиль розроблений для реагування на екологічні стимули, такі як температура, вологість і навіть рух. Такі бренди, як Nike і Under Armour, прийняли ці інновації, розробляючи вологозахисні, дихаючі тканини для активного одягу. Це не тільки сформувало естетику їх продуктових лінійок - з гладкими, орієнтованими на продуктивність, дизайнами - але й зміцнило асоціацію брендів з технологіями та інноваціями. Крім того, висококласні модні бренди почали експериментувати з такими технологіями, як 3D-друк, що дозволяє створювати складні, авангардні одягу, які кидають виклик традиційній естетиці моди. Перший друк одягу зробили винахідники з Технічного університету Ейндговена (Рис.2.8).

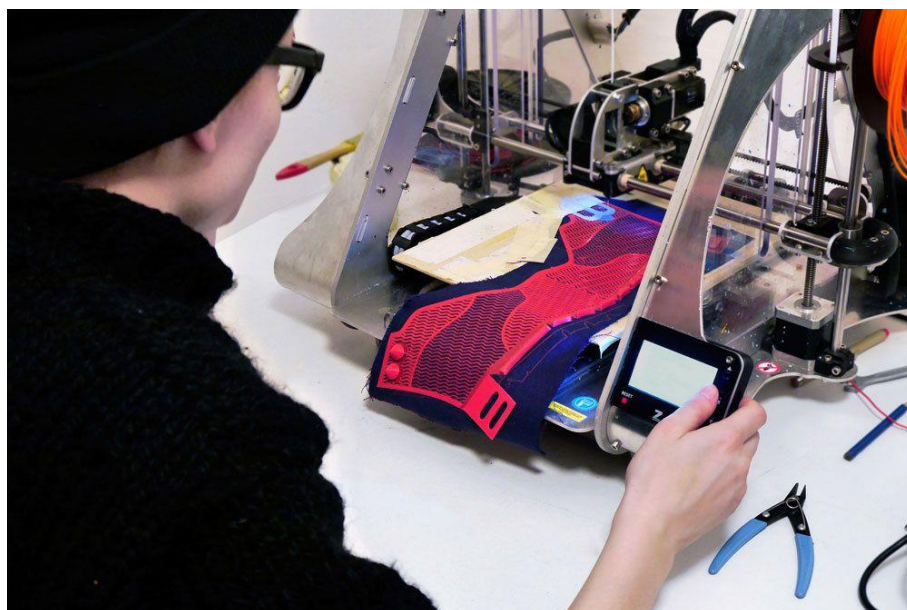


Рис.2.8. Друк одягу, Технічний університет Ейндговена, Нідерланди, 2020

Нові розробки в текстильному виробництві, включаючи інноваційні технології ткацтва та передові методи фарбування, відіграють значну роль у формуванні візуальної ідентичності модних брендів. Цифровий друк, наприклад, зробив революцію в тому, як візерунки та дизайни застосовуються до тканин, що дозволяє більше налаштовувати та деталізувати. Бренди тепер можуть створювати складні, персоналізовані принти, які відповідають їх естетичному баченню, що призводить до більш характерних, впізнаваних колекцій. Крім того, інновації в процесах фарбування, такі як безводне фарбування, сприяли створенню яскравих, тривалих кольорів, зменшуючи вплив на навколишнє середовище, таким чином, узгоджуючись з екологічними цінностями, які сьогодні підтримують багато брендів[13].

Розкішні модні бренди відомі своєю ретельною увагою до матеріалів, які часто є синонімами високої якості та ексклюзивності. Вибір преміальних тканин, таких як кашемір, шовк та шкіра, є відмінною рисою розкішної моди, що формує тактильний та візуальний досвід колекцій бренду. Інновації в обробці матеріалів, такі як лазерна шкіра, ручна вишивка на шовку або використання екзотичних шкур, дозволяють розкішним брендам створювати одяг, який підкреслює майстерність та ексклюзивність. Це, в свою чергу, відіграє вирішальну роль в їх естетиці та позиціонуванні на ринку. Наприклад, Hermès відзначається за використання високоякісних шкірозамінників, тоді як культовий твід Chanel є символом позачасової елегантності та інновацій бренду в текстильному дизайні (Рис.2.9).



Рис.2.9. Сумка Hermès Birkin 30, 2014

В авангардному і концептуальному стилі матеріали часто використовуються нетрадиційними способами, щоб кинути виклик традиційним поняттям одягу. Дизайнери, такі як Iris van Herpen, зробили собі ім'я, використовуючи експериментальні матеріали, такі як термопластика, металіка та елементи 3D-друку, створюючи одяг, який розмиває межу між модою та мистецтвом. Ці інновації дозволяють створити футуристичну естетику, абсолютно нову для світу моди, переосмислюючи візуальну мову того, якою може бути мода. Авангардні бренди використовують ці матеріали, щоб створити відчуття дива та розширити межі дизайну, встановлюючи свою ідентичність як далекоглядну та граничну.

Те, як матеріали отримують і обробляють, також впливає на естетику і розповідь модних брендів. Етичне постачання матеріалів, таких як бавовна справедливої торгівлі або шерсть без жорстокості, може бути визначальною характеристикою естетики бренду, приваблюючи споживачів, які цінують прозорість і відповідальність. Бренди, які підкреслюють свою прихильність до етичного пошуку, часто включають це повідомлення в свою візуальну розповідь з акцентом на простоту, природні текстури та кустарне відчуття. Цей підхід може значно сформувати імідж і привабливість бренду, оскільки він пов'язує візуальну

естетику продуктів з більш широкими наративами стійкості, відповідальності та майстерності.

Інновації в матеріалах дозволяють модним дизайнерам розширювати межі традиційного гранжу, додаючи йому сучасного вигляду та функціональності. Сучасні гранж-бренди все частіше звертаються до таких технологій, як оптоволокло та спеціальні тканини, що створюють світлові, візуальні ефекти та підсилюють авангардну естетику.

Оптоволокло - це матеріал, який дозволяє передавати світло і створювати унікальні світлові ефекти прямо на тканині. Оптоволокло додає гранж-одягу футуристичності та інтерактивності, що перетворює традиційний гранж на більш сучасну та технологічну форму. Світлові елементи, вбудовані в тканину за допомогою оптоволокло, можуть використовуватися для підсвічування окремих частин одягу, наприклад, швів, комірців або кишень. Ця технологія не лише додає стилю виразності, а й дозволяє зробити акцент на окремих деталях, підсилюючи естетику бунтарства [10].

Новітні тканини, зокрема такі, що змінюють колір або реагують на температуру, також стають частиною гранж-стилю, додаючи йому сучасного звучання. Такі тканини можуть змінювати свій вигляд у залежності від погодних умов або температури тіла, що створює динамічний і змінний образ, який поєднує бунтарську недбалість з елементами інноваційності.

Синтез класичних тканин і нових технологій дозволяє створювати унікальну гранж-естетику, яка, зберігаючи автентичність стилю, виглядає сучасно та технологічно. Наприклад, комбінація потертих джинсів з оптоволоконними швами чи фланелевих сорочок зі світловими LED-елементами створює новий підхід до стилю, який поєднує ретро-звучання з сучасними технологіями. Таке поєднання матеріалів підкреслює еkleктичність стилю, його багатосаровість і водночас додає футуристичний аспект.

Бренди, які використовують цей підхід, створюють колекції, що відображають як автентичність гранжу, так і елементи інноваційності, які роблять кожен виріб не лише виразом стилю, але й прикладом технологічних можливостей

у моді. Такі поєднання матеріалів та інновацій відкривають нові перспективи у створенні одягу, що відповідає сучасним запитам на індивідуальність та технологічність.

2.3. Дослідження цільової аудиторії та її потреб у контексті гранж-естетики та технологій

Цільова аудиторія для колекцій одягу, що поєднують естетику гранж з технологічними елементами, такими як оптоволокло, є досить різноманітною, але об'єднана певними цінностями та прагненням до самовираження. Це аудиторія, яка прагне відчувати себе унікальною, підтримувати інновації та підкреслювати свою індивідуальність через зовнішній вигляд. Використання гранж-естетики та технологічних нововведень привертає увагу до одягу, що поєднує бунтарський дух і сучасний, авангардний підхід до стилю.

1. Молодь та підлітки (16-25 років):

Цілі: Самовираження, унікальність, бажання виділитися серед ровесників, підтримка нових культурних течій і трендів.

Потреби: Яскраві, оригінальні елементи, що підкреслюють особистий стиль. Молодь часто тяжіє до нестандартного стилю, що дозволяє їм бути "своїми" у певному середовищі, зокрема у творчих та альтернативних колах.

Інтереси: Одяг зі світловими елементами, новітні технології, інтерактивні рішення, які можна легко змінювати або адаптувати. Вони цінують інноваційність, шукають щось, що буде їх відрізняти в натовпі.

2. Творчі професіонали та митці (25-40 років):

Цілі: Відображення творчої індивідуальності через одяг, створення унікального образу для роботи чи виступів, збереження балансу між естетикою і функціональністю.

Потреби: Висока якість та функціональність, можливість змінювати вигляд або візуальні ефекти відповідно до настрою або події. Творчі професіонали

потребують одягу, який буде комфортним для щоденного носіння і водночас здатен вражати під час виступів чи презентацій.

Інтереси: Інноваційні матеріали, можливість комбінувати функції та естетику. Вони прагнуть виглядати сучасно та водночас нестандартно.

3. Шанувальники музики та субкультур (18-35 років):

Цілі: Бути частиною альтернативної спільноти, підкреслювати зв'язок зі стилем життя та субкультурними течіями (панк, рок, гранж), підтримувати автентичність і дотримуватися стильних традицій, властивих субкультурі.

Потреби: Стійкі матеріали, які передають автентичність і в той же час доповнені сучасними, інтерактивними елементами, що надають додаткову привабливість. Для цієї аудиторії важливо, щоб одяг виглядав автентично і водночас відображав їхнє прагнення до новаторства.

Інтереси: Аксесуари та одяг з технологічними рішеннями, інтеграція оптоволокна та LED-елементів, які створюють візуальний ефект під час нічних заходів або концертів.

4. Екологічно свідомі аудиторія (18-40 років):

Цілі: Підтримка стійкого розвитку, бажання бути відповідальними у виборі одягу, підтримка брендів, які цінують екологічність і прозорість у виробництві.

Потреби: Екологічно чисті матеріали, використання перероблених тканин, можливість дізнатися про походження матеріалів та технології виробництва. Така аудиторія прагне підтримувати бренди, які надають перевагу сталому розвитку.

Інтереси: Апсайклінг, перероблені матеріали, зниження відходів і використання енергоефективних технологій. Вони підтримують модні тенденції, що враховують принципи екологічної відповідальності.


Цільова аудиторія для такого типу одягу має різноманітні потреби, але їх об'єднує прагнення до інноваційності, самовираження та підтримки нових технологій. Гранж-естетика, з її автентичністю та "недбалістю", вдало поєднується з сучасними технологічними рішеннями, зокрема з оптоволоконом та LED-елементами, що додають елемент інтерактивності.

Таблиця 2.1

Субкультурні відмінності та кольорова палітра у стилі одягу

Субкультура	Приклад	Вимога до стилю
Альтернативна молодь(панки, гранжери, готи, інді-рокери)		унікальність, можливість самовираження, інноваційні деталі
Урбаністи(скейтбордисти, стрітвейпер-ентузіасти, хіп-хопери)		комфорт, стильність, довговічність, акцент на функціональності та яскравих деталях

<p>Фестивальна молодь та рейвери(рейвери, фанати електронної музики, відвідувачі фестивалів)</p>		<p>інтерактивність, виразність, технологічність, візуальна привабливість у нічний час</p>
<p>Екологічно свідомо молодь(еко-активісти, прихильники сталого розвитку, вегани)</p>		<p>екологічність, етичність, прозорість у виробництві, підтримка сталих брендів</p>
<p>Цифрові новатори та техногіки(кіберпанк, техногіки, ІТ-ентузіасти)</p>		<p>технологічність, функціональність, інноваційні матеріали, елементи, які можна налаштовувати</p>

<p>Естети або "арт-хаус" молодь(арт-хаус, постпанк, інді)</p>		<p>мистецьке самовираження , унікальність, нестандартні рішення, авангардність</p>
---	---	--

Більшість споживачів такого одягу очікує, що він буде не тільки стильним, але й технологічно сучасним, дозволяючи їм змінювати та адаптувати вигляд відповідно до ситуації.

Основні потреби цільової аудиторії включають:

Індивідуальність та самовираження: Одяг із світловими елементами, що підсвічуються, надає можливість привернути увагу та заявити про свою особистість, відрізняючись від масових модних рішень.

Інноваційність та інтерактивність: Цільова аудиторія цінує одяг, який може адаптуватися під їхній настрій або подію. Наприклад, можливість змінювати інтенсивність або кольори підсвічування створює додатковий шар емоційної виразності.

Комфорт і функціональність: Одяг повинен бути не тільки стильним, але й зручним для щоденного носіння. Це стосується тканин, що дихають, та елементів, які не перешкоджають руху, навіть якщо в них вбудовано світлові або інші технологічні компоненти.

Екологічна відповідальність: Багато споживачів у цільовій аудиторії підтримують принципи сталого розвитку та очікують, що одяг, який вони купують, виготовлений з урахуванням екологічних норм. Інноваційні технології у створенні матеріалів та апсайклінг відповідають їхнім цінностям.

Основною аудиторією свого бренду одягу у стилі гранж є субкультурна молоді, тому було зроблено аналіз кваліфікації цього виду молоді.

Висновки до 2 розділу

1. Проведено аналіз сучасного стану моди у стилі гранж з акцентом на інновації та екологічні цінності, які є основою для розробки колекції. Проведене дослідження показало, що стиль гранж продовжує впливати на сучасні тенденції, адаптуючись до потреб екологічно свідомих споживачів, які цінують апсайклінг та сталість у виробництві одягу.
2. Розглянута роль матеріалів та технологій, таких як оптоволокло і світлодіоди, які здатні підкреслити інноваційний підхід до створення одягу у гранж-естетиці.
3. Проаналізовано різноманітні сегменти цільової аудиторії, серед яких молодь різних субкультур, екологічно свідомі аудиторія, творчі особистості та ті, хто цікавиться новітніми технологіями. Кожен сегмент має свої специфічні потреби, які можуть бути задоволені через комбінацію гранж-естетики та інноваційних матеріалів, що підвищує конкурентоздатність майбутнього бренду.
4. Сформовано уявлення про загальний вигляд колекції, відштовхуючись від цільової аудиторії та їх потреб. На прикладі творчості інших брендів було використано різні способи апсайклінгу: комбінація різних тканин, печворк та інші.

РОЗДІЛ 3

ПРОЄКТНО-КОНСТРУКТОРСЬКИЙ

3.1. Розробка концепції бренду у стилі гранж

Проаналізувавши ринок моди у стилі гранж та історію його формування, було сформовано загальний вигляд бренду у стилі гранж, де за основу я взяла образи музикальних артистів та відомих брендів.

Концепція бренду акцентує увагу на невимушеності, зручності та небажаному зовнішньому вигляді, що дозволяє клієнтам виражати свою особистість. Основою бренду є багат шаровість, поєднання різних текстур і матеріалів, а також приглушені кольори, які підкреслюють естетику вінтажу. Бренд також активно інтегрує елементи азійської вуличної моди, створюючи динамічні та сучасні образи з використанням незвичайних пропорцій та сміливих комбінацій. Впливи варіюються від культових гранж-музикантів до грубої естетики андеграундних рок-сцен, забезпечуючи основу для унікальної ідентичності моделі (Рис.3.1; додаток В, рис. В.1).



Рис.3.1. Джерело натхнення кольорової палітри колекції

Ключовим аспектом концепції є апсайклінг – процес переробки старих чи непотрібних речей у нові, унікальні предмети. Цей підхід дозволяє створювати оригінальні дизайни, які відображають креативність та індивідуальність, зменшуючи при цьому екологічний слід бренду.

Один з унікальних елементів концепції бренду – використання оптоволокна в одязі, що дозволяє носіям сяяти в темряві. Інтеграція оптоволоконних елементів не тільки надає виробам сучасний вигляд, але й дозволяє виділитися в натовпі, підкреслюючи індивідуальність та оригінальність. Такі елементи залишаються лише стильним акцентом, а й функціональним, додаючи особливу атмосферу вечірнім виходам

Гранжовий стиль також надає своїм носіям відчуття близькості до улюблених рок-зірок, після чого багато елементів одягу, які стали класичними, асоціюються з культовими виконавцями. Ця близькість дозволяє людям відчувати себе частиною рок-культури, що додає впевненості у собі.

3.2. Трансформація творчого джерела в модель-образ

Процес метаморфози від початкового творчого задуму до модельного образу у сфері гранж-моди, інтегрованої з елементами рок-культури, представляє складний і багатоступеневий процес, який сприяє вираженню індивідуальних характеристик і формуванню культурного синтезу. Ця робота досліджує процес трансформації та інтеграцію естетичних складових, характерних для гранжу і рок-культури, з інноваційними елементами, такими як оптоволокно, у формуванні модельного образу.

Пошук естетичних джерел розпочинається з еkleктичного поєднання елементів, зокрема бунтарського духу гранж-культури, динамічної енергетики рок-музики, а також новітніх технологічних досягнень. Музичні стилі корейського гурту Stray Kids слугували важливим джерелом натхнення завдяки синтезу образів, що відповідають як гранж-стилістиці, так і рок-атмосфері. Важливим впливом також стали візуальні стилі ранньої творчості гурту BTS

(2013-2014 роки), які поєднують елементи рок-естетики з експериментальною свободою, характерною для гранж-культури (Рис.3.2; додаток В, рис. В.1).



Рис.3.2. Джерело натхнення у музичних к – поп гуртах

Процес трансформації охоплює основні елементи гранж-моди, представлені потертим денімом, оверсайз фланелевими сорочками та шкіряними куртками, що є символами антиконформістського духу гранж-культури. Синтез із високотехнологічними матеріалами, зокрема оптоволоконном, вносить інноваційний вимір у модельний образ, додаючи йому футуристичної динаміки. Використання оптоволокна дозволяє створити світлові акценти, які підкреслюють динамічну природу образу, а також надають йому унікальних характеристик за допомогою світлових ефектів.

Поєднання індивідуалізації і технологічних інновацій дозволяє підкреслити неповторність кожного модельного образу. Ідея «зроби сам», характерна для

гранжу, трансформується шляхом інтеграції оптоволоконних ниток, що підсилює виразність і дозволяє реалізувати персоналізовані елементи у вигляді світлових візерунків. Завдяки оптоволоконним вставкам образи набувають оригінального вигляду, що слугує засобом для самовираження та є унікальною ідентифікаційною ознакою кожної моделі.

Текстури й матеріали відіграють вирішальну роль у формуванні образу, забезпечуючи йому глибину та виразність. Використання багатошарових тканин, таких як зістарений денім і шкіра, поєднаних з оптоволоконном, створює багатогранну текстильну структуру, яка візуально збагачується за допомогою світлових ефектів. Оптоволоконні вставки дозволяють створити ефект підсвічування, додаючи текстильній композиції технологічну складову, що підсилює її візуальну динаміку та виразність.

Результатом процесу трансформації стає образ, що відображає культурний синтез, об'єднуючи естетичні аспекти гранж-стилю та рок-культури з технологічною інновацією у вигляді оптоволоконна. Цей синтез символізує візуальне переплетення між традиційною антиістеблішментською естетикою гранжу, бунтарськими рисами рок-культури та новими можливостями, які відкриваються завдяки сучасним матеріалам. Світлові акценти оптоволоконна підкреслюють динаміку та модернізацію образу, створюючи своєрідний діалог між минулим і майбутнім у моді.

3.3. Композиційна побудова та формоутворення колекції

Початковий етап полягає у ретельному відборі матеріалів, з перевагою текстур, які резонують з розпатланим, але виразним характером гранж-моди. Поєднання потертого деніму, зношеної фланелі та тактильних тканин слугує канвою, на якій розгортається бунтарський дух колекції.

Формування силуетів передбачає навмисну гру з пропорціями, що сприяє невимушеній багатошаровості та безтурботності. Верхній одяг оверсайз,

трикотаж, що сутулиться, і вільно драпіровані сукні сприяють формуванню фірмового силуету, передаючи невимушеність, притаманну гранж-моді.

Влиття рок-елементів додає грубого і гострого виміру, що проявляється в деталях, таких як потерті латки, логотипи гуртів і грубі аксесуари. Ці елементи не лише сприяють візуальній ідентичності, але й слугують символічними кивками на бунтарські субкультури, що вплинули на гранж-рух.

Колірна палітра залишається ключовим моментом, часто коливаючись між приглушеними земляними тонами та глибокими, похмурими відтінками. Цей вибір сприяє загальному меланхолійному та інтроспективному настрою, характерному для гранжу, сприяючи естетиці, яка є водночас автентичною та викликає асоціації.

У міру того, як колекція набуває форми, розгортається оповідь, сплітаючи історію про контркультурне відродження, переосмислену автентичність та незмінну привабливість гранж-моди. Завдяки ретельній композиції та процесу формування, колекція постає чимось більшим, ніж просто набір одягу; вона стає живим свідченням духу бунтарства, індивідуалізму та творчої еволюції, які визначають етос гранжу.

Розроблена колекція одягу являється авторською й містить 40 моделей – образів. Колекція поділяється на два блоки: жіночий рок та адрогінний гранж. Ці блоки обидва є на основі гранж естетики з елементами інших антимодних стилів.

Жіночий рок

Оскільки цей блок колекції містить елементи року, тому ми робимо акцент на сміливих, бунтарських силуетах: шкіряні куртки асиметричного крою, рвані джинси-скіні, аксесуари з шипами. Поєднання різких форм і жіночних відтінків створює потужну естетику, натхненну роком.

Переважно темна кольорова палітра, що включає глибокий чорний, вугільно-сірий та насичений бордовий, надає кожному ансамблю відчуття темного гламуру. Металеві акценти, блискітки та штучна шкіра ще більше підкреслюють гламур, натхненний рок-музикою. (Рис.3.3)

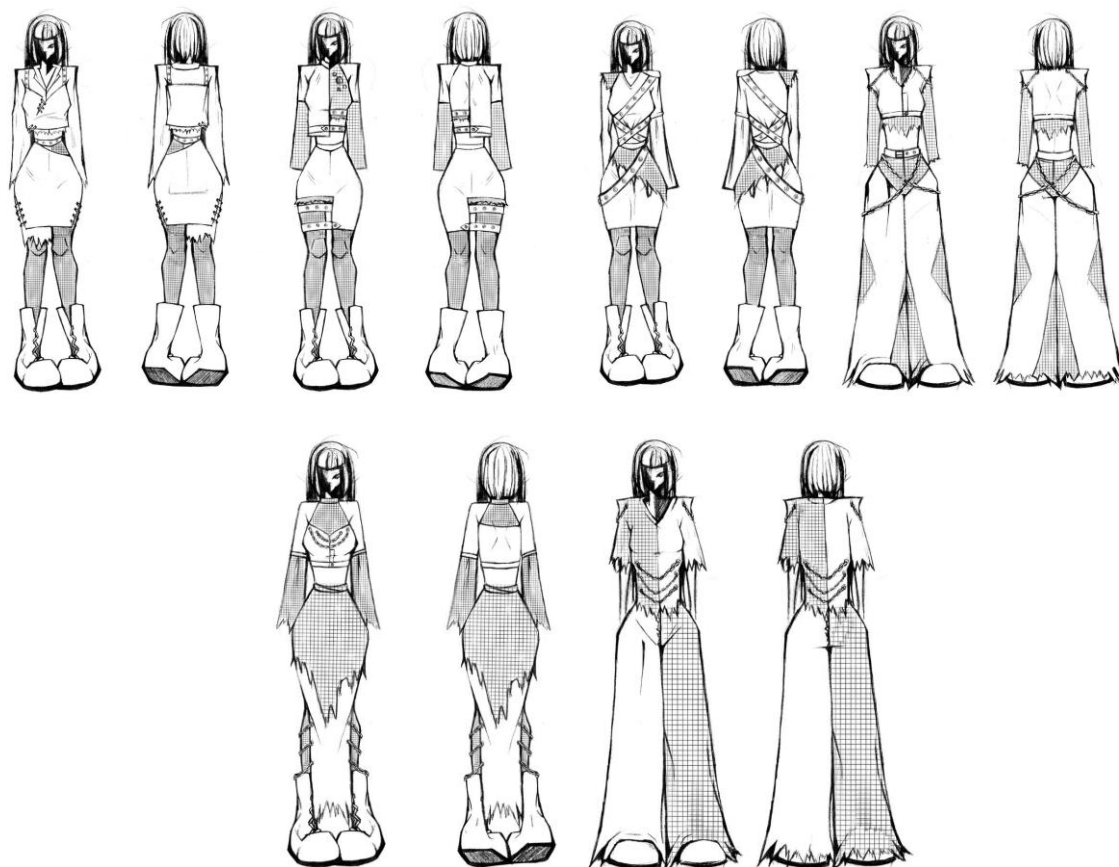


Рис.3.3. Ескізи в блоці «Жіночий рок»

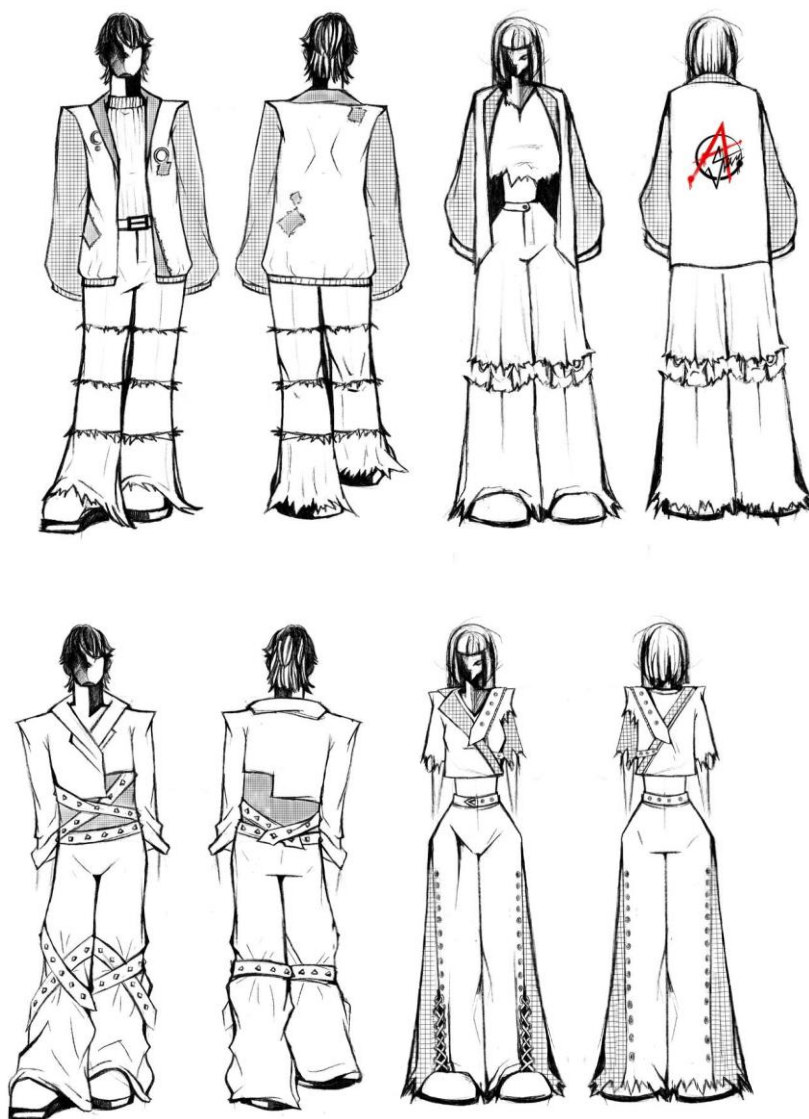
Оскільки основним пунктом зародження субкультурних рухів є музичні гурти, тому ми інтегруємо атрибутику гуртів, графічних футболок та логотипів у рок-стилі, що віддають шану культовим гуртам та сприяють загальній бунтарській атмосфері. Колекція святкує злиття музичної культури з модою, створюючи динамічний візуальний вплив.

Дослідження контрастних текстур, поєднання шкіри, мережива та потертого деніму, щоб додати глибини та складності кожному вбранню. Поєднання текстур сприяє створенню грубого, але вишуканого образу, що втілює дух рок-елегантності.

Андрогінний гранж

Андрогінна колекція охоплює плавні, гендерно - нейтральні силуети, що розмивають межі між традиційно визначеними чоловічими та жіночими формами. Штани вільного крою, об'ємні піджаки та неструктуровані топи сприяють

відчуттю вільної андрогінності. Має переважно монохромна кольорова палітра з глибокими чорними, сірими та приглушеними земляними тонами створює об'єднуючу естетику в андрогінному блоці. Відсутність яскравих кольорів підкреслює акцент на текстурі та силуеті, перегукуючись із мінімалістичними аспектами гранжу. Включення утилітарних елементів, таких як об'ємні карго-штани, куртки-боксери та масивні черевики, додає нотку практичності до андрогінної колекції. Утилітарний шик підсилює ідею функціональності та простоти гранжу. (Рис. 3.4)



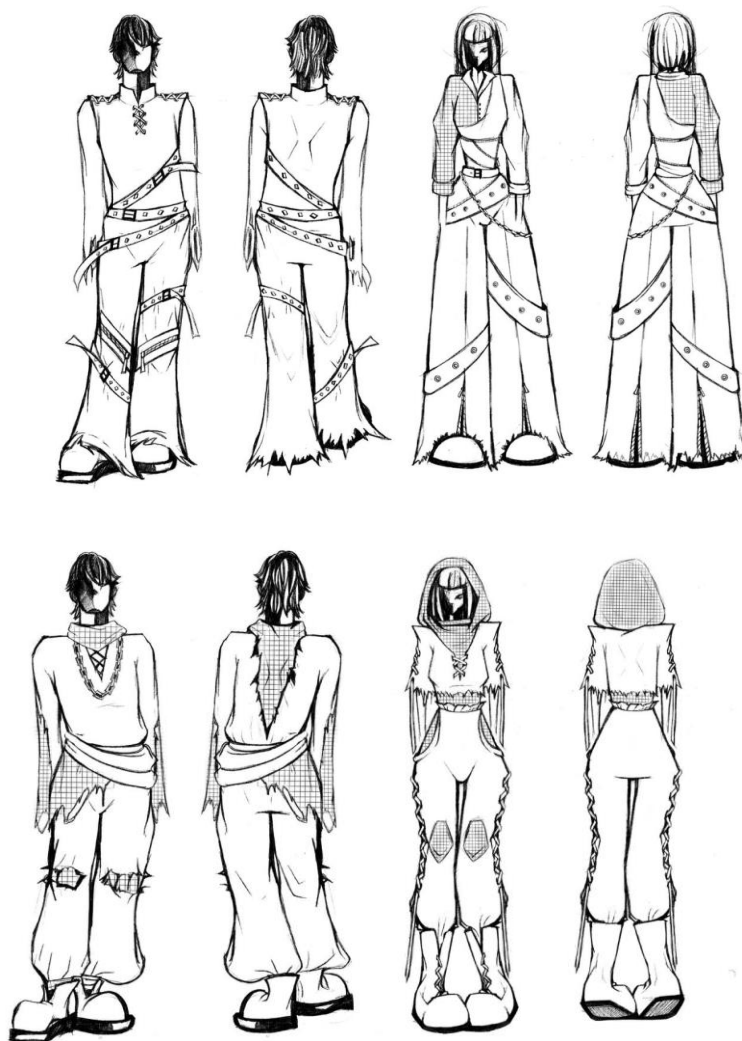


Рис.3.4. Ескізи в блоці «Андрогінний гранж»

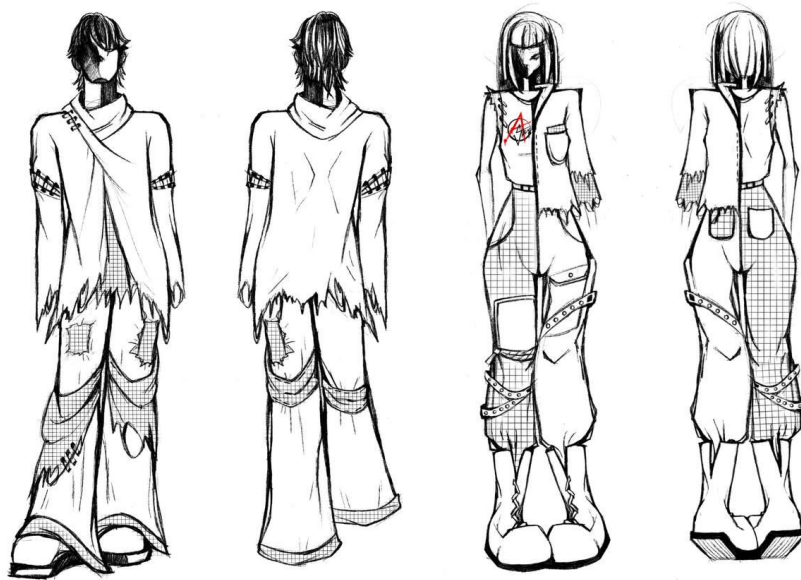
Експерименти з контрастними текстурами, поєднання шкіри, деніму та трикотажу для створення тактильно та візуально переконливого андрогінного стилю. Взаємодія текстур додає глибини та цікавості кожному ансамблю, посилюючи авангардний характер андрогінної колекції.

Мінімалістичний підхід до аксесуарів, з витонченими деталями, такими як металеві шпильки, шкіряні браслети та великі сонцезахисні окуляри, що додають гостроти. Андрогінна колекція процвітає завдяки філософії "менше - це більше", де кожен аксесуар слугує певній меті, не перевантажуючи загальну естетику. У поєднанні елементів гранжу та року жіночий та андрогінний блоки колекції сходяться, створюючи різноманітний та захоплюючий асортимент. Кожен блок

втілює дух бунтарства, індивідуалізму та безстрашного сприйняття нетрадиційної краси.

Синтез гранжу

Одяг у блоку колекції "Змішаний гранж" характеризується різноманітністю матеріалів і текстур, що об'єднуються в єдиний артистичний образ. Дизайнер використовує відновлені, вторинні та відходи тканин, щоб створити неповторний вигляд кожного виробу. Естетика блоку колекції визначається зламаними лініями, неправильними силуетами та елементами деконструкції, які створюють відчуття розбиття та перетину. Для виготовлення одягу використовуються різноманітні тканини, такі як джинсова тканина, шовк, льняний та вовняний кrep, шифон, велюр та шкіра. Важливим аспектом є поєднання різних текстур та кольорів, що додає виразності та глибини кожному виробу. Дизайнер Мартін Маржела використовував концепцію змішаного гранжу у своїй колекції "Artisanal", де одяг складався з фрагментів вживаних одягу, старих тканин та вишитих деталей.



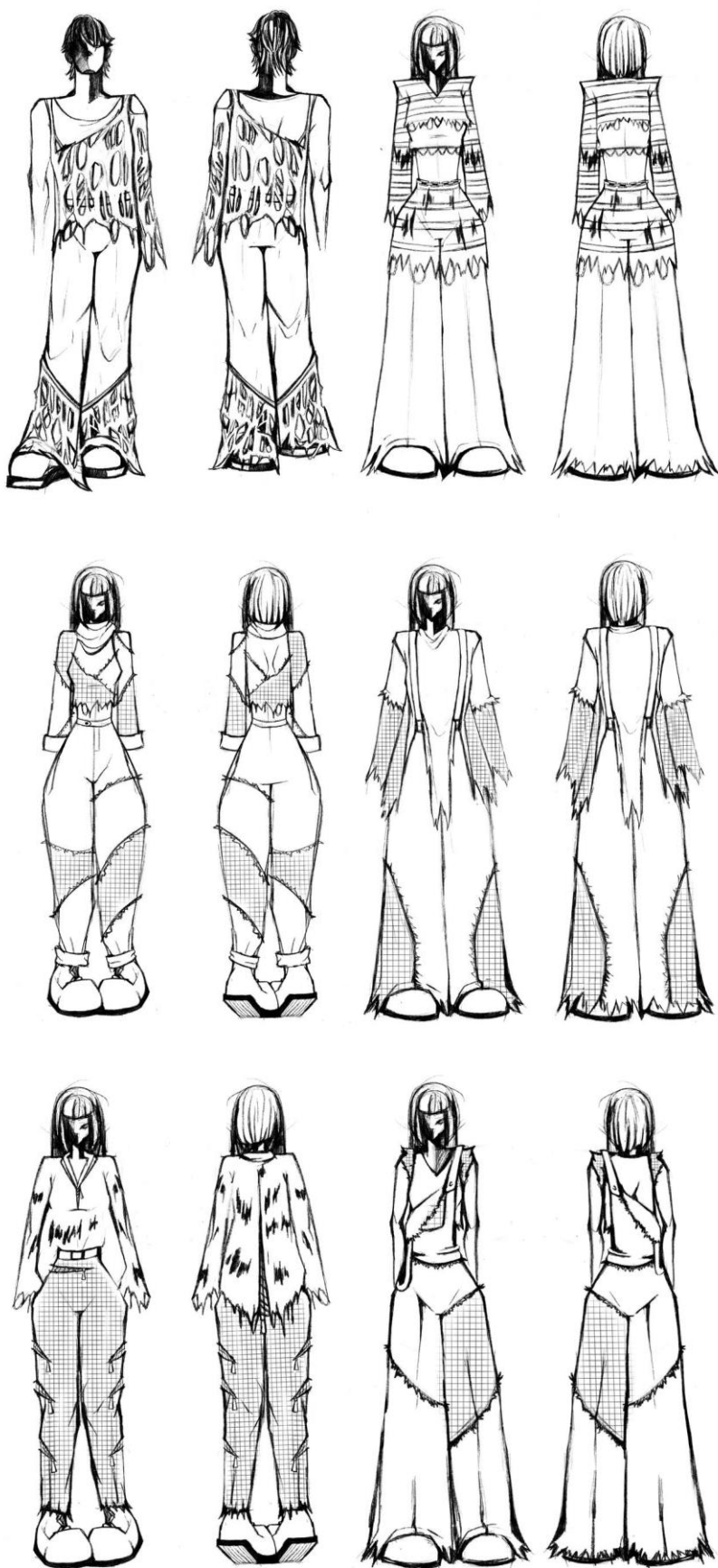
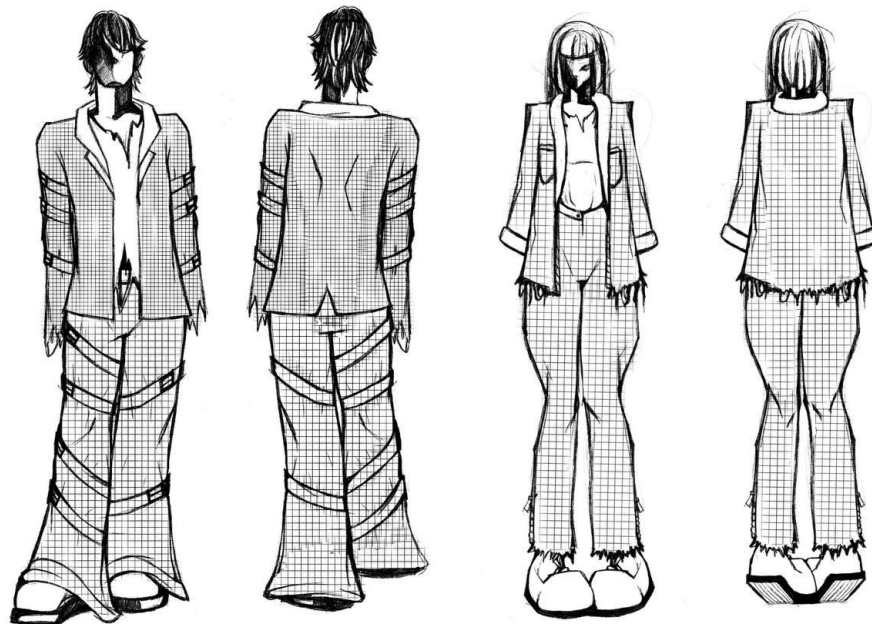


Рис.3.5.Ескізи в блоці «Синтез гранжу»

Характерною особливістю блоку колекції є складне зшивання та комбінування різних шматочків тканин. Ця техніка вимагає високого рівня майстерності та креативності, оскільки кожен виріб є унікальним у своєму роді. Додаткові елементи, такі як ремені, зав'язки, застібки-блискавки та вишивка, використовуються для додання додаткових деталей та акцентів. (Рис.3.5)

Діловий гранж

Кожен предмет одягу у колекції "Класичний гранж" відзначається витонченим кроєм та вишуканим дизайном, що відображає елементи ділового стилю. Проте, через використання тканин вторинної переробки, додаткових декоративних елементів та недосконалості в обробці, кожен виріб набуває виразного гранжового характеру. Наприклад, класичні костюми можуть бути доповнені елементами шнурів, вишивки або застареними елементами. Дизайнер Александр Ванг відомий своїм використанням елементів гранжу у своїх колекціях, поєднуючи в одному виробі класичні елементи ділового стилю з невишуканою естетикою гранжу (Рис.3.6).



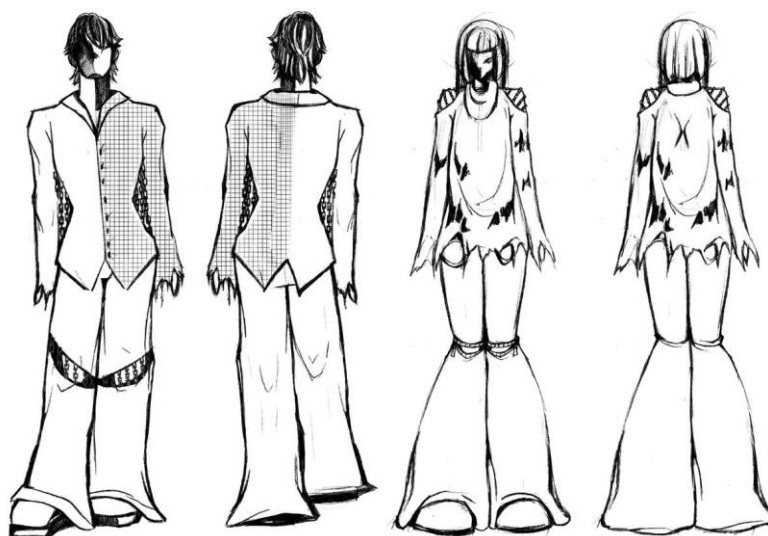
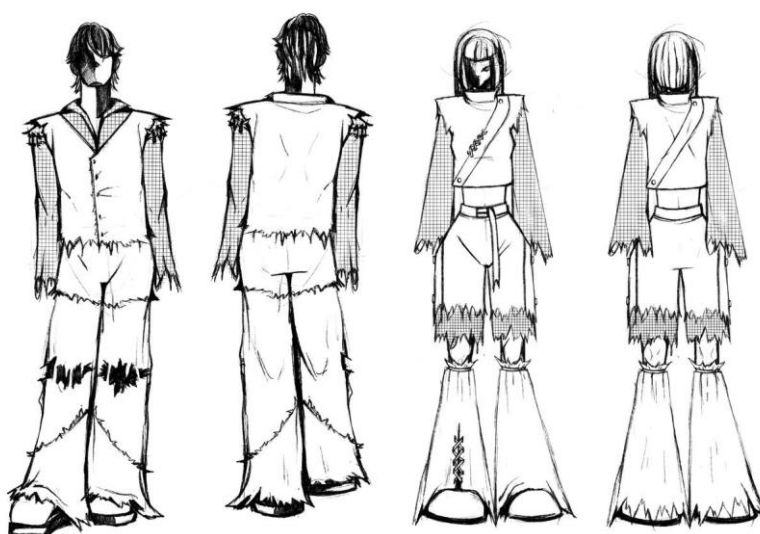
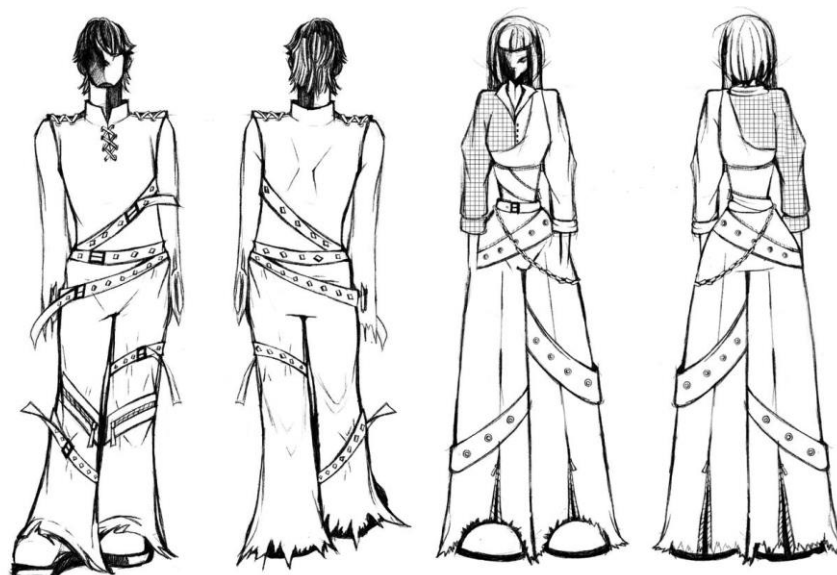


Рис.3.6. Ескізи в блоці «Діловий гранж»

3.4. Використання технології оптоволокна у колекції

Створення колекції одягу є складним і багатогранним процесом, що вимагає глибокого розуміння як модних тенденцій, так і сучасних технологій. Однією з найбільших інноваційних особливостей цієї колекції є інтеграція оптоволокна, що дозволяє виробам не тільки виглядати стильно, а й функціонально.

В основі технології використання оптоволокна лежить принцип передачі світла через тонкі волокна, що дозволяє створювати різноманітні візуальні ефекти. У нашій колекції світло подається від компактного світлодіода, який є основним джерелом освітлення. Цей світлодіод, завдяки своїм малим розмірам, може бути зручно вшитий у внутрішню частину одягу, що забезпечує комфорт під час носіння одягу.

Процес підключення волокна до джерела світла є критичним етапом. Волокна, які розширюються від джерела, влітаються в край тканини, що дозволяє створити ілюзію засвічення по всіх довгих елементах. Це може включати обробку швів, манжет, комірів і навіть підкладок, роблячи їх частиною загального дизайну виробу. Завдяки цьому одягу набувається не тільки унікальний вигляд, але його інтерактивність, позаду носа можуть регулювати яскравість або змінювати колір світла за допомогою перемикача, який можна зробити у вигляді міні пульта або через програму в телефоні. (Рис.3.7)

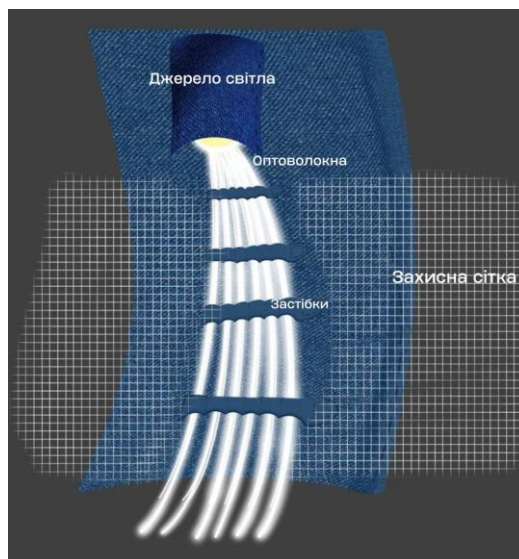


Рис.3.7. Схема встановлення оптоволокна у одяг

Інтеграція оптоволокна у виробу не тільки підкреслює їхню естетичну цінність, але створює й відчуття близькості до сучасної культури, де мода і технології тісно переплітаються. Це особливо важливо для молодіжної аудиторії, яка прагне не лише слідувати трендам, але й виражати свою індивідуальність через оригінальні рішення. Такі елементи як світлові ефекти в одязі можуть стати акцентами вечірніх виходів, фестивалів чи концертів улюблених виконавців.

Крім того, технологія оптоволокна відкриває нові можливості для дизайну, дозволяючи експериментувати з формами та кольорами. Дизайнери можуть використовувати цю технологію для створення складних візуальних ефектів, які не тільки прикрашають одяг, але й надають йому нові функції. Наприклад, світло можна підкреслювати окремі деталі або навіть використовуватися для комунікації – змінюючи кольори, тим самим виражати емоції.

Безпека та надійність використання оптоволокна також є випадками аспектів. Усі елементи, включаючи джерела світла та волокна, проходять жорстке випробування на міцність і стійкість до стирання, що забезпечує їх довговічність під час носіння. Світлодіоди, які використовуються в цій технології, працюють при низьких температурах, що виключає ризик перегріву і робить їх безпечними для користувачів. Це важливо, адже виробу не тільки виглядають привабливо, але й повинні бути комфортні у носінні.

Таким чином, технологічні особливості створення колекції, зокрема використання оптоволокна, не тільки підвищують естетичну цінність виробів, але й роблять їх функціональними та інтерактивними. Це поєднання моди і технологій створює унікальний продукт, який відповідає сучасним вимогам та бажанням молодіжної аудиторії. Колекція стає лише способом вираження індивідуальності, але вона відкриває нові горизонти для експериментів у світовій моді, запрошуючи носіїв стати частиною інноваційного культурного контексту, де мода, технології та самовираження переплітаються.

3.5. Розробка ідейної та цільової складової бренду

Підібрана назва бренду: «Antistar» - це нішевий бренд одягу, який поєднує в собі грубу, бунтарську естетику гранж-моди з футуристичною привабливістю волоконно-оптичних технологій. Бренд є сміливим та інноваційним поєднанням антиістеблішментного духу гранжу з передовими можливостями сучасних технологій.

Голова ідея:

Інтеграція світлових елементів у костюми до цього часу переважно застосовувалася в обмеженому колі – для концертних виступів та театральних постановок, де доступ до подібних технологічних рішень був обмеженим і служив переважно естетичним цілям. Проте даний бренд прагне демократизувати цю технологію, відкриваючи можливість використання одягу з інтегрованими оптоволоконними елементами у повсякденному житті.

Вбудовані оптоволоконні нитки створюють захоплюючі інтерактивні світлові ефекти, які дозволяють споживачам виразити свою індивідуальність новим, креативним способом, що відповідає сучасним тенденціям у моді та технологіях. Таким чином, одяг бренду виходить за межі звичайної естетики та стає інструментом для самовираження, який поєднує в собі функціональність і інноваційний підхід до дизайну.

Головна проблема, яку вирішує бренд:

Стиль гранж, що зародився як контркультурний рух, від початку відстоював принципи самоорганізації та ідеологію «зроби сам». У сучасних умовах, враховуючи економічну ситуацію в країні, багато людей стикаються з труднощами у доступі до якісного одягу через його зношеність або нестачу, що породжує потребу у пошуку альтернативних рішень. Одним із таких рішень є використання методів апсайклінгу – творчого повторного використання матеріалів, що відповідає як естетичним, так і екологічним запитам суспільства. Запропонований підхід дозволяє споживачам не лише позбутися одноманітності

традиційної моди, але й створювати індивідуальний стиль, який відповідає сучасним тенденціям самовираження.

3.6. Розробка ескізів та технічних малюнків моделей колекції

Цей пункт містить візуальне оформлення концепції колекції, що поєднує елементи гранж-естетики та сучасних технологічних рішень, зокрема використання оптоволоконних матеріалів. Після формування загального вигляду колекції, визначення стилю, джерела натхнення, було сформовано та вибрано з різних блоків ескізи для створення колекції.

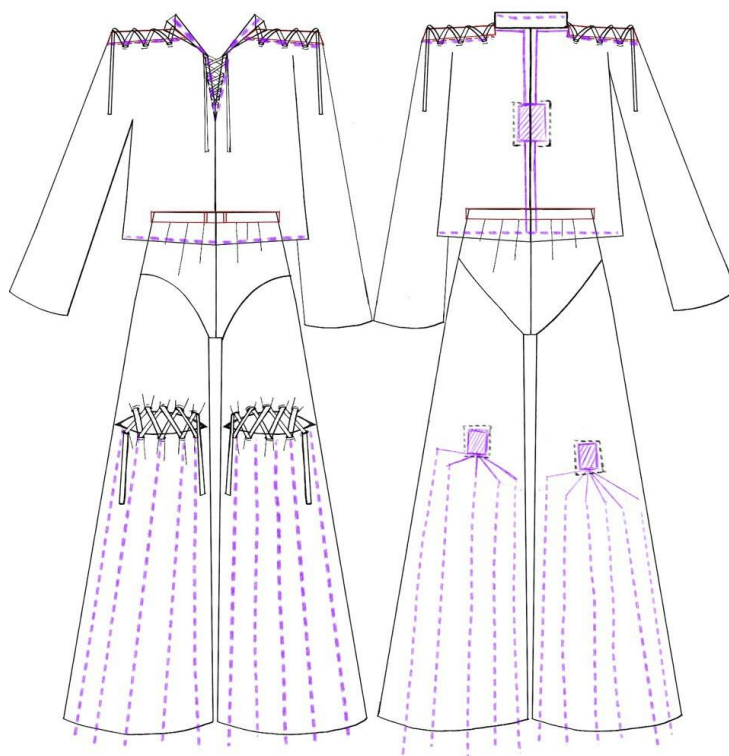
Інтеграція оптоволокна в одяг цієї колекції дозволяє створити ефект підсвічування, що підкреслює концептуальність і додає інноваційності в гранж-естетику. Оптоволокно вшивається в тканину або використовується як декоративний елемент для акцентування певних деталей, таких як контури, шви, або створення орнаментів, що світяться. Основними зонами для інтеграції оптоволокна обрані плечові вставки, манжети, нижня частина курток, що підкреслює лінії та додає виразності образам. Оптоволокно використовує світлодіодні джерела, які підключаються до невеликих акумуляторних батарей, що можуть бути вшиті у внутрішні кишені виробів. Це рішення забезпечує рівномірне світіння з можливістю вибору кольору підсвічування, що створює інтерактивний ефект, коли освітлення можна змінювати за бажанням власника. Для досягнення гнучкості та зручності у носінні, використовуються переважно пластикові оптоволоконні нитки, оскільки вони легші та менш ламкі порівняно зі скляними.

В першому ескізі було вибрано більш класичний стиль гранж. Інтеграція оптоволокна була в основних об'ємах одягу та довжині (Рис. 3.8).



Рис.3.8. Ескіз 1

На технічних малюнках розібрано одяг за шарами та за допомогою пунктира виділено місця інтеграції оптоволокна та джерел світла (Рис. 3.9).



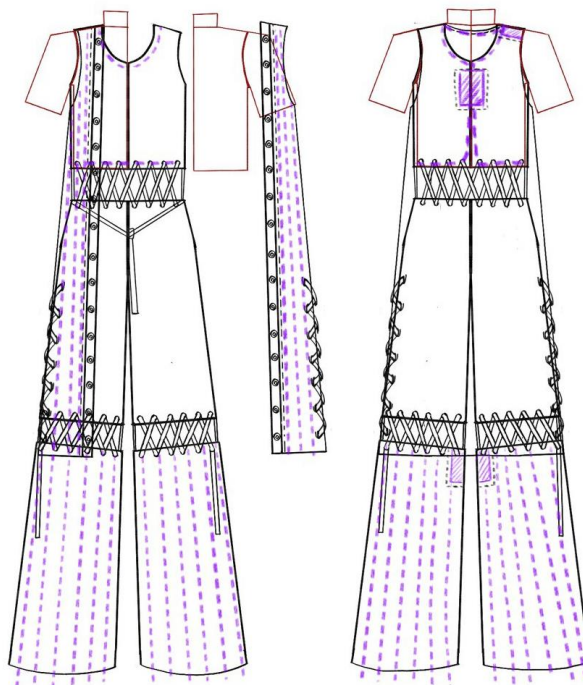


Рис.3.9. Технічний малюнок 1,2 (Рис.Б.21)

За ескізом номер 2, було вибрано одну модель, в якій використано за шарами фланель та денім (Рис.3.10). На технічному малюнку зображена інтеграція оптоволокна в біль об'ємних місцях (Рис.3.11).

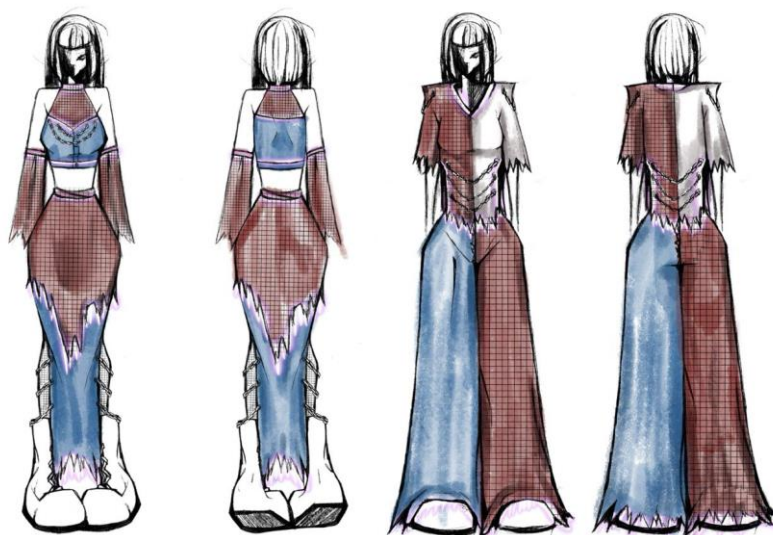


Рис.3.10. Ескіз 2

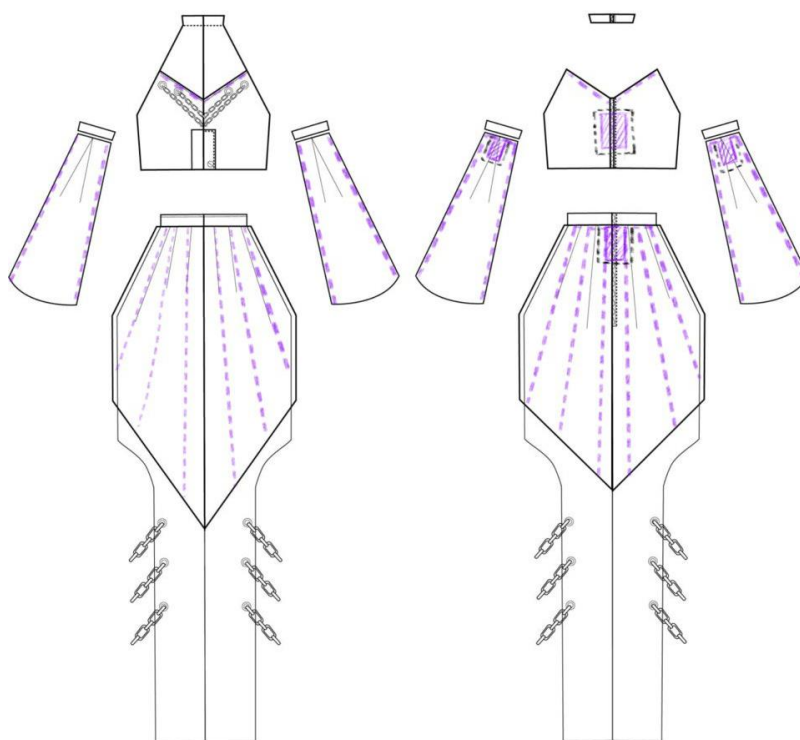


Рис.3.11. Технічний малюнок 3(Рис.Б.22)

На ескізі 3 обрано жіночу модель за принципом класичного гранжу (Рис.3.12).

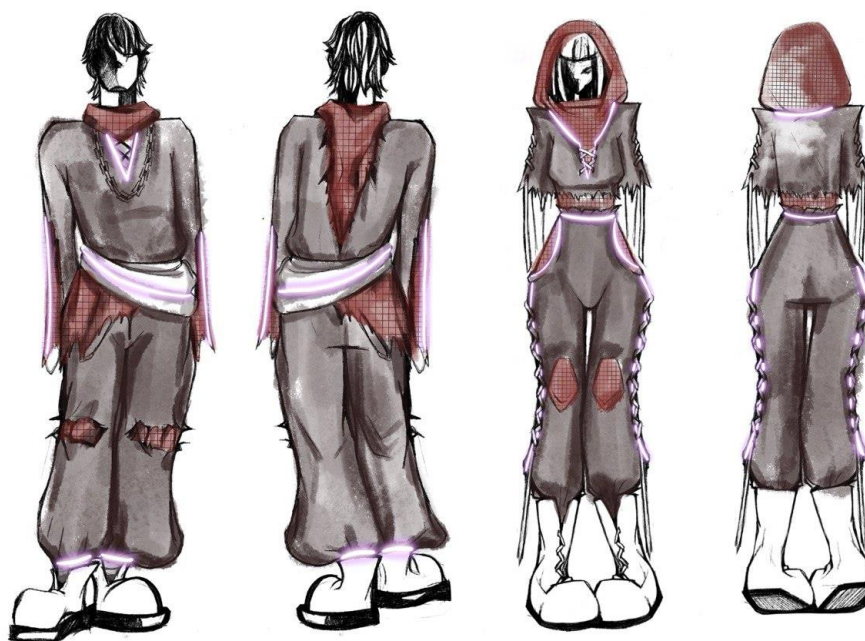


Рис.3.12. Ескіз 3

У технічному малюнку 4, інтеграція технології є більше швах за для підкреслення силуету (Рис. 3.13).

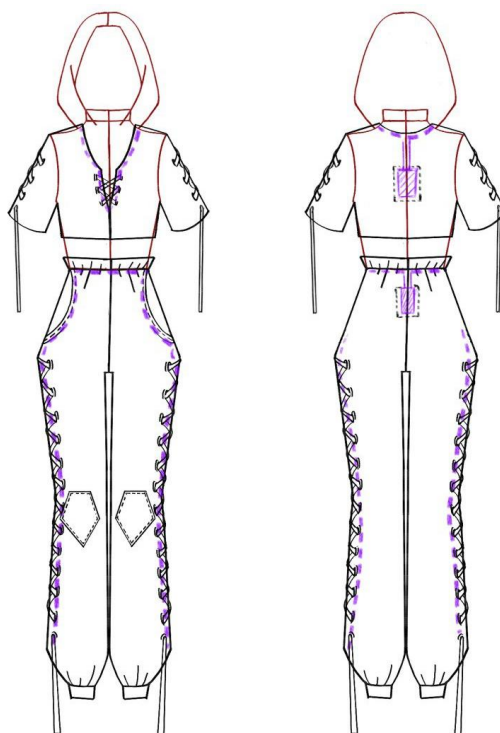


Рис.3.13. Технічний малюнок 4 (Рис.Б.23)

На ескізі 4 обрано чоловічу модель яка представлена як унісекс у стилі рок – гранжу (Рис.3.14).

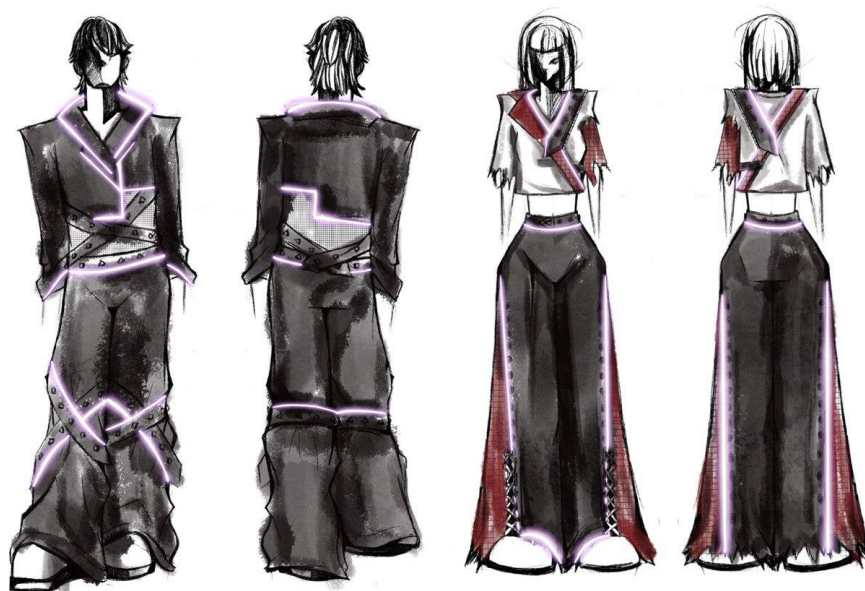


Рис.3.14. Ескіз 4

За спеціальним пунктиром, на технічному малюнку 5, визначається оптоволокну на комірі, майже всіх швах шкіряної куртки, поясі та декоративних елементах на штанах (Рис.3.15).

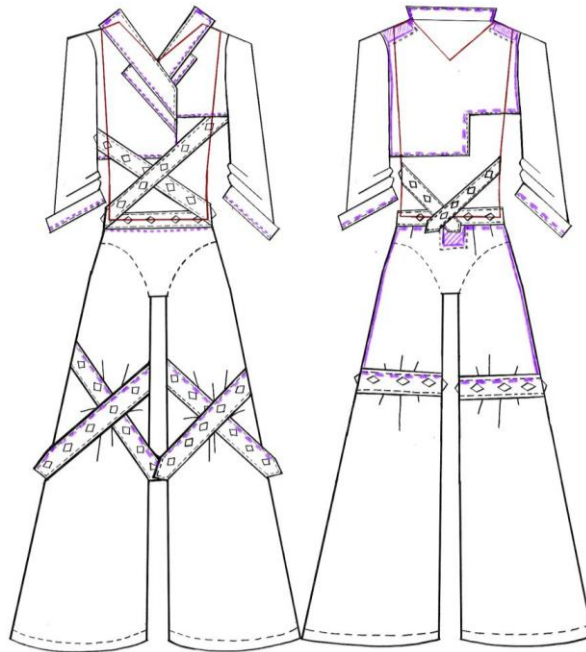


Рис.3.15. Технічний малюнок 5 (Рис.Б.24)

Техніка шиття в колекції передбачає апсайклінг, тобто вторинне використання вже наявних матеріалів, зокрема старих джинсових курток, фланелевих сорочок, шкіряних виробів. Збирання матеріалів проводилося з акцентом на автентичність – кожен елемент зберіг свою текстуру, сліди зношеності та індивідуальні особливості. Ці деталі включають природні потертості, розірвані ділянки, плями, які підсилюють гранж-естетику і роблять кожну модель унікальною.

Методи шиття підкреслюють стиль "зроби сам" і передбачають використання зовнішніх швів, нарочито грубих стібків, що додають виробам текстурності. Для об'єднання різних тканин застосовується техніка патчворку, яка дозволяє зберігати цілісність дизайну, одночасно комбінуючи фрагменти різного

кольору, фактури та зносу. Апсайклінгова техніка також включає використання накладних латок, ручної вишивки та ручного нанесення малюнків, що робить кожен виріб унікальним і передає характерний для гранж-стилю "сирий" вигляд.

Висновки до 3 розділу

1. Проаналізовано та розроблено головну концепцію бренду у стилі гранж, яка визначається невимушеністю та індивідуальністю у кожному образі з колекції одяг, де унікальним елементом стало інтеграція оптоволокна у одяг.
2. Обрано джерела натхнення, які допомогли визначити кольорову палітру колекції у темних відтінках, які характерні для гранжу та надихаючись музичними гуртами, було визначено естетиту рок стилю у колекції одягу.
3. Проаналізувавши обрані джерела натхнення, було визначено силует моделей колекції, який був більш асиметричним та грубим, обрано типи матеріалів, які будуть основою одягу.
4. Розроблено головну ідею бренду у стилі гранж з технологічними елементами оптоволокна, що прагне демократизувати цю технологію, роблячи одяг з такими елементами доступним для повсякденного використання. Головна проблема, яка вирішується через цей підхід, — це надмірне споживання та утилізація одягу.
5. Розроблено ескізи та технічні малюнки, на який відображено повний погляд на колекцію, а також розроблено спосіб інтеграції оптоволокна та джерел світла, що буде зафіксовано по швах та довжинах елементів одягу.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Проаналізовано сучасні модні тенденції у стилі гранж, де розібрано особливості гранжу у кольоровій палітрі одягу, силуетах, аксесуарах на прикладі деяких брендів таких як Saint Laurent, Alexander McQueen та Marc Jacobs для бренду Perry Ellis.
2. Зроблено аналіз властивості та можливості використання оптоволокна у моді, починаючи від технологій 3D друку й закінчуючи інтеграцією оптоволокна у тканину. Також розглянуто переваги та недоліки технології.
3. Проведено аналіз сучасного стану моди у стилі гранж з акцентом на інновації та екологічні цінності, які є основою для розробки колекції. Проведене дослідження показало, що стиль гранж продовжує впливати на сучасні тенденції, адаптуючись до потреб екологічно свідомих споживачів, які цінують апсайклінг та сталість у виробництві одягу.
4. Проаналізовано різноманітні сегменти цільової аудиторії, серед яких молодь різних субкультур, екологічно свідомі аудиторія, творчі особистості та ті, хто цікавиться новітніми технологіями. Кожен сегмент має свої специфічні потреби, які можуть бути задоволені через комбінацію гранж-естетики та інноваційних матеріалів, що підвищує конкурентоздатність майбутнього бренду.
5. Обрано джерела натхнення, які допомогли визначити кольорову палітру колекції у темних відтінках, які характерні для гранжу та надихаючись музичними гуртами, було визначено естетичну рок стилу у колекції одягу, визначено силует моделей колекції, який був більш асиметричним та грубим, обрано типи матеріалів, які будуть основою одягу.
6. Розроблено ескізи та технічні малюнки, на який відображено повний погляд на колекцію, а також розроблено спосіб інтеграції оптоволокна та джерел світла, що буде зафіксовано по швах та довжинах елементів одягу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безугла Р. Дендизм як культ візуальної демонстративності та підґрунтя "гламурної філософії" Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2012, С. 40-45. URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=611792>
2. Все буде грандж: що зробив Марк Джейкобс для світу моди: Vogue.ua. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/persona/pust-budet-granzh-chno-sdelal-mark-dzheykobs-dlya-mira-mody-34409.html>
3. Займайтесь коханням, а не війною: показали українських хіпі 1980-х Gazeta.ua, 2018. URL: <https://gazeta.ua/articles/science-life/zajmajtes-kohannyam-a-ne-vijnoyu-pokazali-ukrayinskih-hipi-1980h/862407>
4. Карпенко Ю., Чупріна Н., Струмінська Т. Розробка колекції молодіжного одягу з трансформацією образно-проектних характеристик субкультури панків 1970х-1980х років: дипломна бакалаврська робота за спеціальністю 022 Дизайн. Київ : КНУТД, 2022. С. 84.
5. Марковська М. 50 років у стилі хіпі. Як усе життя бути вільним Українська правда, 2016. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2016/06/3/213218/>
6. Овчаренко Е. Італійська опера на українській сцені I-UA.tv, 2017. URL: <https://i-ua.tv/culture/10123-italiiska-opera-na-ukrainskii-stseni>
7. Одяг майбутнього: вчені створили дешеву світлодіодну тканину УНІАН, 2015. URL: <https://www.unian.ua/science/1111536-odyag-maybutnogo-vcheni-stvorili-deshevu-svitlodiodnu-tkaninu.html>
8. Рабчевська С. О. Карповець М. В. Русаков С. С. Постмодерні тенденції у вуличній моді: Національний університет Острозька академія Навчально-науковий інститут соціально-гуманітарного менеджменту, Острог 2021. С. 3-75.
URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Rabchevska_Sofii/Postmoderni_tendentsii_u_vulychnii_modi.pdf?PHPSESSID=sgvighfr2jaujqrghlt1123gs1

9. Сімінко М. В., Пашкевич К. Л., Герасименко О. Д. Integration of style “grunge” into modern eco brands Integration of style “grunge” into modern eco brands». National Scientific Conference with International Student Participation «Challenges of visual arts and art education», Молдова, 12 квітня 2024 року.
10. Слітюк О., Овчарек В., Сімінко М., Резніков Є. Використання технологій світлодіодів в дизайні сучасного одягу. Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів IV Міжнародної науково - практичної конференції, м. Київ 27 квітня 2022 року. У 2-х т. Т. 1 Київ: КНУТД, 2022. С. 282-285.
URL:<https://drive.google.com/file/d/1DyiDRBMHd1VeKs6UKbaCVeCPFDkdpnuD/view?usp=sharing>
11. Сідлецький І., Кротова Т., Паранько Н. Особливості рекламної стратегії у просуванні fashion-бренду. Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості КНУТД: II Всеукраїнська конференція здобувачів вищої освіти та молодих вчених, м. Київ 2021. Т. 1 Київ: КНУТД, 2021. С. 214-218. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19603/3/Innovatyka2021_V2_P214-218.pdf
12. ALEXANDER WANG Fashion Elite. URL: <https://fashionelite.com/profile/alexander-wang/>
13. A pioneering fashion technologist, she incubates high-tech textiles and wearable technology businesses The Business of Fashion. URL: <https://www.businessoffashion.com/community/people/dr-amanda-parkes>
14. Brooke M. The evolution of the skate shoe industry SurferToday.com /The Ultimate Surfing News Website, 2022. URL: <https://www.surfertoday.com/skateboarding/the-evolution-of-the-skate-shoe-industry>
15. Brown S. Grunge fashion: the history and evolution of the nineties trend Cultural Journey, 2016. URL: <https://theculturetrip.com/north-america/usa/articles/grunge-fashion-the-history-and-evolution-of-the-nineties-trend/>

16. Cantoni L., Schwarm B. La Bohème opera by Puccini: The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2023. URL: <https://www.britannica.com/topic/La-Boheme-opera-by-Puccini>
17. Creative Fuel Eileen Fisher Renew. URL: <https://www.nelsonworldwide.com/eileen-fisher-renew/>
18. CuteCircuit. URL: <https://cutecircuit.com/author/cutecircuit/>
19. ELECTRIC GIRLS New York Times, April 26, 1884. URL: <https://www.nytimes.com/1884/04/26/archives/electric-girls.html>
20. Офіційний сайт Ekademe. URL: <https://ekademe.com/mihara-yasuhiro>
21. Fletcher K., Grose L. Fashion and sustainability: designing for change: Lawrence King, 2012. C. 192. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Fashion_and_Sustainability.html?id=kFZAXwAACAAJ&redir_esc=y
22. Friedländer V. Recycling in fashion: strategies of reuse in contemporary fashion design Fashion Theory: Journal of Clothing, Body and Culture, 2018, pp. 603-632. doi:10.1080/1362704X.2018.1532486.
23. Goth Music GOTH BLOG, May 10 2023. URL: <https://goth.clothing/blogs/goth-blog/goth-music>
24. Guida J. The Summer of Love Wasn't All Peace and Hippies: JSTOR DAILY, June 21, 2021. URL: <https://daily.jstor.org/the-summer-of-love-wasnt-all-peace-and-hippies/>
25. Johnson N. A Downtown Skateboard Blog Turns 10 The New York Times, 2015. URL: <https://www.nytimes.com/2015/12/13/fashion/quartersnacks-skateboard-blog-turns-10.html>
26. Офіційний сайт L'Exception. URL: <https://www.lexception.com/gb-en/magazine/5-upcycling-fashion-brands>
27. Lucy K. Grunge style: the history of grunge fashion in the 90s and the return of grunge fashion LoveToKnow, 2017. URL: <https://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-clothing-industry/grunge-style>

28. Strong C. Grunge: music and memory: Ashgate Publishing Ltd., 2011. С. 15-39.
URL: https://books.google.com.ua/books/about/Grunge.html?id=qUhokID7qXIC&redir_esc=y
29. Midwinter J., Memoirs. Sir Charles Kuen Kao, 4 November 1933—23, The royal society publishing, 11 November 2020. URL: <https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsbm.2020.0006>
30. Murger H. Scenes of Bohemian Life: Mint Editions, May 28, 2021. URL: <https://www.britannica.com/topic/La-Boheme-opera-by-Puccini>
31. Офіційний сайт Patagonia. URL: <https://www.patagonia.com/our-footprint/corporate-social-responsibility-history.html>
32. Reddy K. Fashion 1990-1999: Fashion history timeline, Sep 15, 2020. URL: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1990-1999/>
33. Re/Done. URL: <https://shopredone.com/>
34. Rivera M. Paris Jackson Brings Grunge Style to Stella McCartney X Adidas Party With Distressed Sweater & Gold Platforms Footwearnews, February 3, 2023. URL: <https://footwearnews.com/fashion/celebrity-style/paris-jackson-stella-mccartney-x-adidas-party-1203402497/>
35. Офіційна сторінка RCR KHOMENKO UA. URL: https://www.instagram.com/rcr_khomenko
36. Spindler A. M. Reviews/Fashion In London Designers Are All Grown-Ups The New York Times, Oct. 11, 1994. URL: <https://www.nytimes.com/1994/10/11/style/reviews-fashion-in-london-designers-are-all-grown-ups.html>
37. Seams for Dreams STELLA McCARTNEY Why This Designer Is Still Leading The Cruelty-free Luxury Sector, March 21, 2020. URL: <https://www.seamsfordreams.com/awareness/stella-mccartney-why-this-designer-is-still-leading-the-cruelty-free-luxury-sector/>
38. STИММА Догляд за одягом. URL: <https://www.stimma.com.ua/pro-nas/doglyad/>

39. Thompson M. Recycling: a sustainable fashion trend that is here to stay New York Times, 2020 URL: <https://www.nytimes.com/2020/07/08/style/upcycling-sustainable-fashion.html>
40. The grunge style as an expression of protest against the classics Black Limit, 2018. URL: <https://blvcklimit.ua/en/the-grunge-style-as-an-expression-of-protest-against-the-classics/>
41. Textile-based wearable electronics and fashion displays KAIST Breakthroughs, Spring 2017. URL: <https://breakthroughs.kaist.ac.kr/wp/portfolio/textile-based-wearable-electronics-and-fashion-displays>
42. Офіційний сайт Vogue.ua Зроби мене: як бренд Ksenia Schnaider рятує планету від старих джинсів. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/sdelay-menya-kak-brend-ksenia-schnaider-spasaet-planetu-ot-staryh-dzhinsov-21519.html>
43. Офіційний сайт WWD Весняна колекція готового одягу Junya Watanabe 2025. URL: <https://wwd.com/fashion-news/shows-reviews/gallery/junya-watanabe-spring-2025-ready-to-wear-collection-1236655383/junya-watanabe-spring-2025-ready-to-wear-4/>

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. А.1



Рис.А.2

Додаток Б

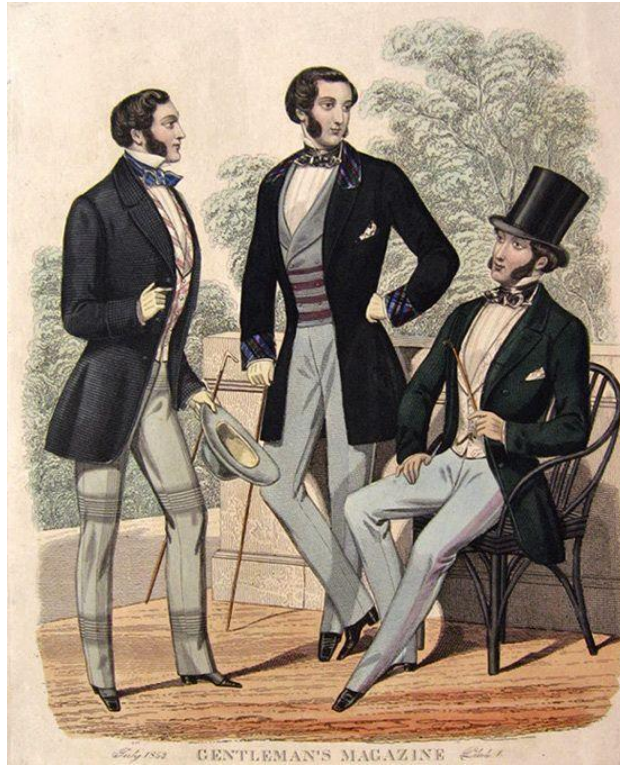


Рис.Б.1. Опис дендізму Артура Конана Дойля



Рис.Б.2. Дженіс Джоплін. Приклад вигляду перших хіпі








Рис.Б.3. Sisters of Mercy



Ри.Б.4. Кадр з фільму Dog town, Z-Boys




Рис.Б.5. Фотосесія гурту Nirvana

Денді	
	<ul style="list-style-type: none"> • Вишуканість • Манерність • Стриманість • Протидія нормам • Проти помітного споживацтва
Богема	
	<ul style="list-style-type: none"> • Розслабленість • Нетрадиційність • Вільний крій • Яскраві кольори • Струмкливі тканиви
Хіпі	
	<ul style="list-style-type: none"> • Богема • Барвисті візерунки • Перероблені матеріали • Про – мирні цінності • Антистеблшмент • Індивідуалізм • Секонд – хенд • Буйство кольорів • Натуральні тканиви
Готша	
	<ul style="list-style-type: none"> • Похмурість • Театральна естетика • Вікторіанська епоха • Романтизм • Агресивність • Футуризм • «зроби сам» • Музичні гурти • Андроїнна мода • Авангард • Темні відтінки • Воєнна тематика • Експериментальність
Скейтбординг	
	<ul style="list-style-type: none"> • Футуризм • Спорт • Стальність • Висококласність • Екологічність • Комфорт • Індивідуальність • Мішкуватість • «дистресс» • Ретро


Гранж

Виділивши основні характеристики різних стилів антимоди та спільні риси з гранж – модою, я вивела характерні елементи, які будемо використовувати у створенні колекції одягу:

- мішкуватість
- апсайклинг
- «дистресс» (пошарпаність)
- елементи ретро
- авангард
- андрогінність
- розслабленість
- протидія нормам
- антистеблшмент
- індивідуалізм
- секонд – хенд
- «зроби сам»
- музичні гурти
- темні відтінки
- комфорт
- вільний крій



(8)



(9)

Рис.Б.6 : (1) Серіал «Гострі картузи». Велика Британія 2013 року. Режисер:Колм МакКарті, Девід Кеффірі, Том Гарпер;

(2) портрет графа Альфреда д'Орсе, літографія Річарда Джеймса Лейна, приблизно 1825-1850 рр.;

(3) Київський муніципальний академічний театр опери і балету. Прем'єра опери Джакомо Пуччіні «Богема». 2017 рік;

(4) Фото львівських хіпі 80-х років ,1983 рік;

(5) Фільм «Едвард руки – ножиці». США 1990 року. Режисер: Тім Бертон;

(6) Пост-панк готи в стилі 80-х;

(7) Зображення з книги «TF at 1: Ten Years of Quartersnacks». Іст-Віллідж на Манхеттені в 2003 році;

(8) гурт «Nirvana»;

(9) Стиль гранж: особливості, характеристики, створення модних образів: Nur.kz, квітень 2021;



Рис.Б.7. Marc Jacobs: Колекція Perry Ellis 1993



Рис.Б.8. Marc Jacobs: Колекція Perry Ellis 1993



Рис. Б.9.Колекція Dante, Alexander McQueen, 1996

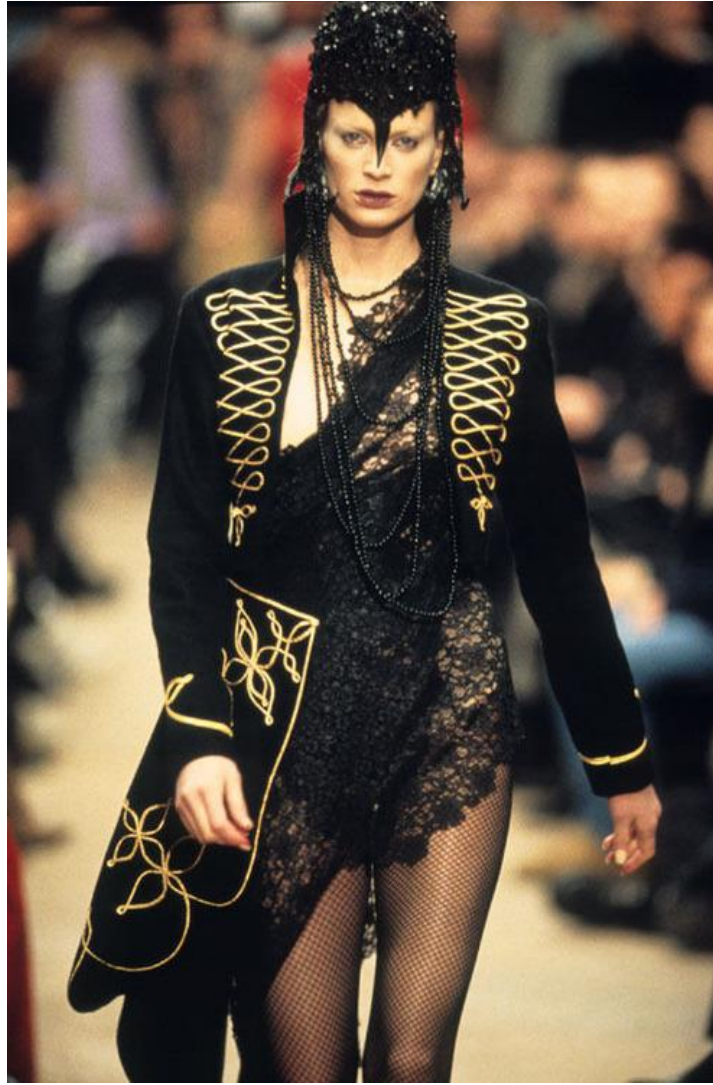


Рис. Б.10. Колекція Dante, Alexander McQueen, 1996



Рис.Б.11. Saint Laurent: Колекції Hedi Slimane (2013–2016)

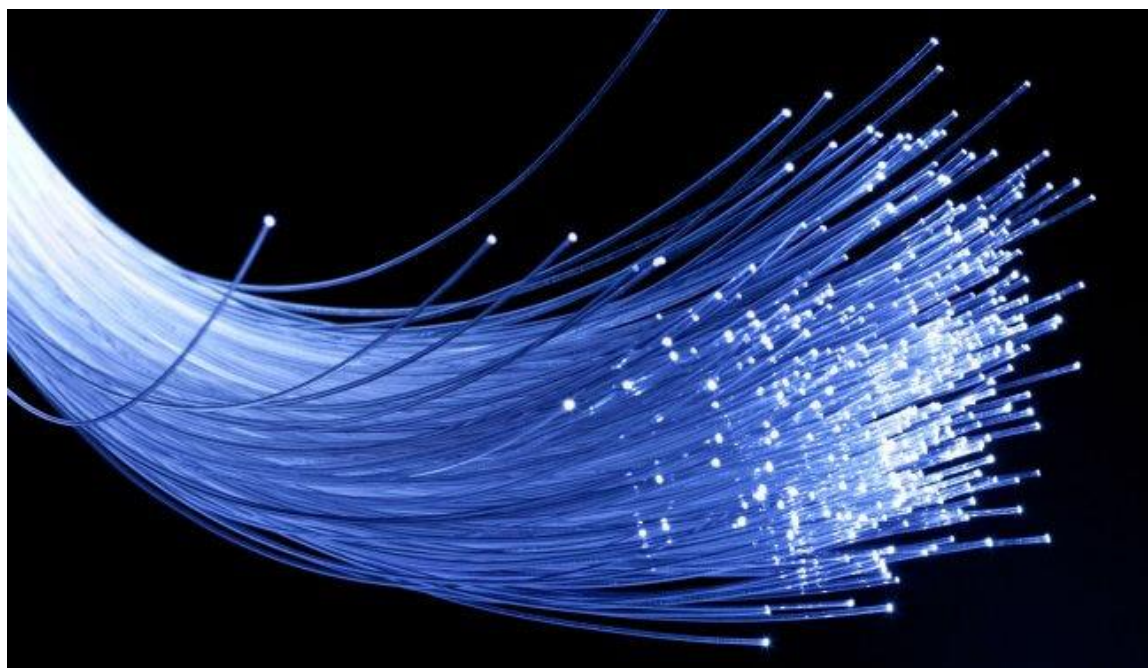


Рис.Б.12.Оптоволокно



Рис.Б.13. Світлодіодне оптоволокно



Рис.Б.14. Meta Gala, Claire Danes, 2016



Рис.Б.15. Ілюстрування світлового джерела для оптоволокна



Рис.Б.16.Японія.Реклама бренду Levi's

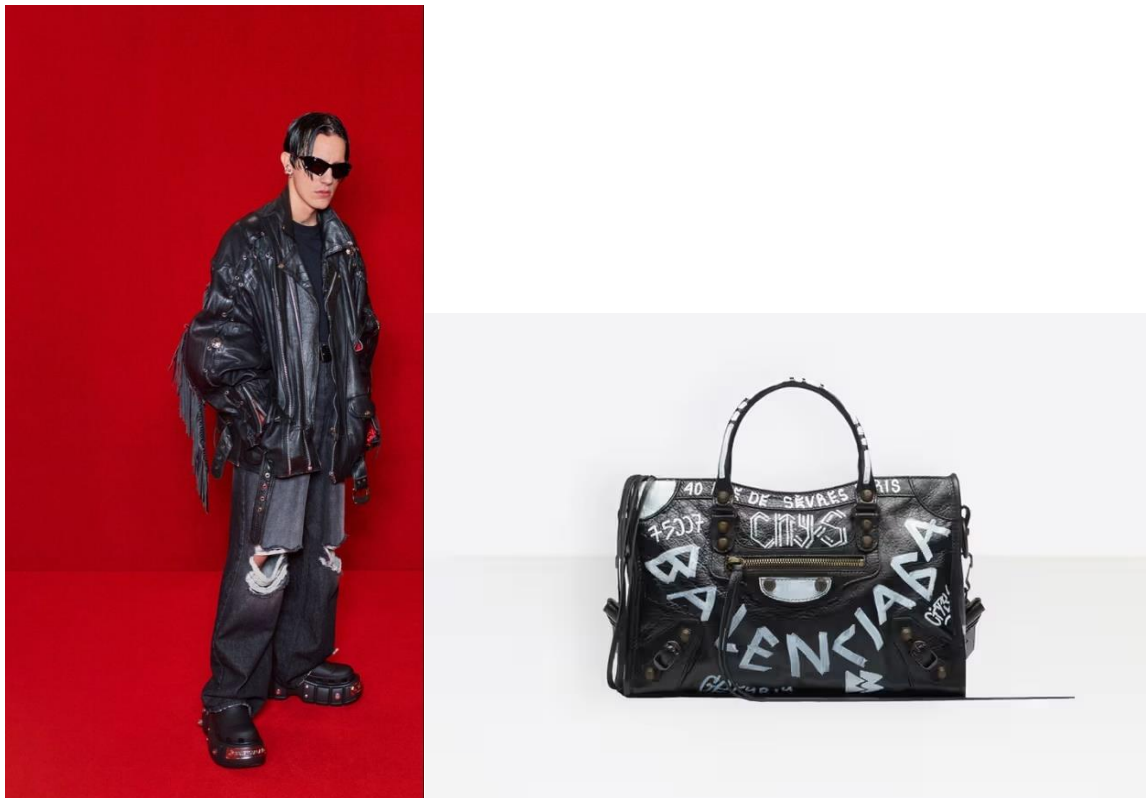


Рис.Б.17. Demna Gvasalia, Balenciaga, S/S 2022



Рис.Б.18. Forever 21, 2016



Рис.Б.19. CuteCircuit, осінь-зима 2014/15


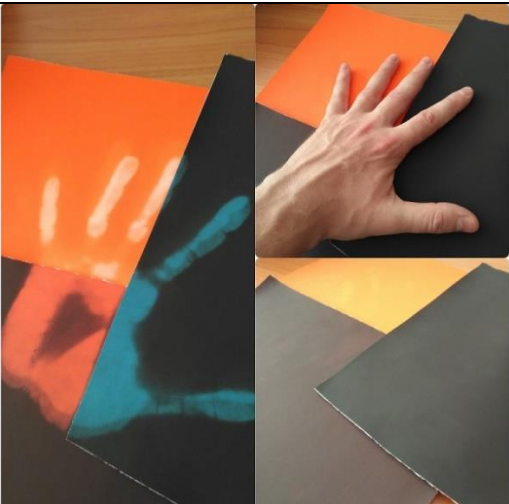


Рис.Б.20. Vollebak

Таблиця Б.1

Ціновий діапазон тканин для колекції

Назва	Зображення	Ціна
Денім (джинсова тканина)		<p>250-400 грн за метр. Залежно від щільності та зносостійкості деніму, ціна може варіюватися. Для гранж-стилю популярні натуральні або перероблені варіанти деніму, які можуть бути дорожчими.</p>
Фланель		<p>150-300 грн за метр. Ціна залежить від складу тканини (натуральна бавовна чи синтетичні домішки) та її щільності. Фланель з високим вмістом бавовни, яка є більш м'якою та приємною на дотик, коштує дорожче.</p>
Екошкіра		<p>300-600 грн за метр.</p>

Трикотаж		<p>200-350 грн за метр. Ціна варіюється в залежності від складу (бавовняний, віскозний або поліестерний трикотаж). Трикотаж із додаванням натуральних волокон коштує дорожче, але підходить для більш зручних і дихаючих виробів.</p>
Оптоволокно		<p>300-1500 грн за метр (залежно від типу і якості). - Оптоволоконна тканина, яка забезпечує світловий ефект, є високотехнологічним матеріалом, тому її ціна вища за звичайні тканини. Базове оптоволокно коштує дешевше, але за інтеграцію світлодіодів та систему контролю світла ціна значно зростає.</p>
Футуристичні і тканини, що змінюють колір або реагують на температуру		<p>800-2000 грн за метр. Ці матеріали можуть змінювати колір залежно від температури чи освітлення, тому вони належать до дорогих тканин, які використовуються для інноваційних</p>


		дизайнерських рішень.
Перероблений текстиль		100-200 грн за метр. Вартість переробленого текстилю залежить від його складу та постачальника. Цей варіант є екологічним та популярним серед брендів, що практикують апсайклінг.

Фото колекції бренду «Antistar»



Рис.Б.21. Модель 1



Рис.Б.22. Модель 2



Рис.Б.23. Модель 3



Рис.Б.24. Модель 4

Додаток В



Рис. В.1. Джерело натхнення кольорової палітри колекції



Рис. В.2. Джерело натхнення у музичних к-рор гуртах