**Тема занятий**

Изображение коллекций моделей (продолжение)

Задание

1. Внимательно прочитайте текст
2. Письменно сделайте для себя заметки по тексту о **коллекции «от кутюр», «прет-а-порте».**

**Последовательность работы над коллекциями «от кутюр»**

Творческая концепция автора ложится в основу любой коллекции, приобретая в процессе работы над ней черты индивидуального стиля. Методы работы над коллекциями высокой моды со времен Фредерика Ворта, который совершил переворот во французской моде и создал четкую систему модных фирм — «от кутюр», существуют различные. Традиционным считался метод, при котором работа над моделями коллекции начиналась с работы с материалом (тканью) коллекции. Модели создавались муляжным методом, исходя из ткани. В этом случае ткань диктует форму моделям - «материал определяет форму». Не случайно Ворт сознательно вводил в моду те ткани, выпуск которых считал необходимым, а Поль Пуаре стал сам разрабатывать и предлагать нужные ему рисунки тканей и виды отделки. Многие великие мастера моды пользуются этим методом и в наши дни, утверждая, что пластичность материала, изгибы складок диктуют им образы будущих моделей, доводя гармонию материала и художественно-образное решение каждой модели до совершенства. Метод работы над коллекцией высокой моды, предполагающий начальным этапом создание эскиза, считался характерным для работы над коллекциями готового платья. В Домах высокой моды этот метод завоевал прочное место, как способ поиска новых решений, новаторских идей в создании моделей «от кутюр». В статье «История дома Кристиана Диора», опубликованной в журнале «Американ Фебрикс» за 1964 год, а затем в книге «Кристиан Диор и я» Кристиана Диора была показана последовательность работы над коллекцией «от кутюр», которую предложил великий французский кутюрье. Этапы работы над коллекциями высокой моды, предложенные Диором, стали новой традицией, которую взяли на вооружение многие мастера моды современности. *Первый этап*Кристиан Диор обозначил как «Студия». Содержание 1 этапа: - анализ источников, идей будущих моделей; - создание первых набросков эскизов, отражающих авторские идеи коллекции; - обсуждение эскизов-идей разрабатываемой коллекции; - отбор наиболее характерных эскизов, выражающих идеи коллекции; - создание первых макетов, выбор отделки моделей, выражающей основную идею коллекции. Проработка вариантов макетных форм и выбор лучшего из них; - просмотр отобранных макетов будущей коллекции, окончательная подгонка и обработка. *Второй этап*Диор назвал «Мастерские».

Содержание 2 этапа: - разработка плана коллекции (сценария). «Сценарий» коллекции дает четкое представление о назначении моделей и не позволяет автору встать на путь случайного образования форм коллекционного ряда. В противном случае, впоследствии связать модели воедино будет очень сложно, если не невозможно. Композиционное построение коллекции (выделение композиционного центра, выстраивание ритмического ряда, тонального и цветового рядов коллекции); - подбор материалов для выполнения коллекции; - отбор манекенщиков-демонстрантов моделей; - отшив моделей в материале, при этом возможен пошив моделей-вариантов (с последующим выбором лучшего из них); - проведение примерок моделей в материале; - подбор дополнений, аксессуаров; - проведение рабочей репетиции; - проведение просмотра и последующая окончательная доработка коллекции; - проведение генеральной репетиции просмотра коллекции.

*Третий этап*Кристиан Диор определил как «Салон». Содержание 3 этапа работы над коллекцией «от кутюр»: - разработка плана показа коллекции, режиссура показа. К. Диор в середине и конце показа демонстрировал зрителям самые эффектные и острые модели, часто самые непрактичные в коллекции. Эти модели он называл «Трафальгар» и рассматривал их как «ударные силы», несущие новые идеи коллекции, символы новой авторской линии. Именно эти модели размещаются на обложках журналов, рекламных плакатах, символизируя новые тенденции развития моды. - определение порядка показа моделей в коллекции. Коллекция, как правило, состоит из блоков моделей, характер которых определяется назначением костюмов, К. Диор обозначил следующий порядок очередности блоков-«выходов»: 1. Костюмы 2. Платья для города. З. Платья для коктейлей. 4. Короткие вечерние платья. *5.*Длинные вечерние платья. 6. Бальные платья. 7. Свадебные платья. Если в коллекцию входили модели верхней одежды, что зависело от сезона показа, то показ начинался с блока верхней одежды (пальто, плащи, накидки, костюмы), а затем традиционно следовал в том порядке, который показан выше. В современном мире моды коллекции не строятся четко по ассортиментным группам и блокам. Большинство дизайнеров придерживаются следующего порядка построения коллекций: 1. Верхняя одежда. 2. Одежда повседневного назначения. З. Одежда для отдыха и спорта. 4. Праздничная, нарядная и вечерняя одежда. *5.*Свадебная одежда.

**Коллекции уровня «прет-а-порте». Особенности проектирования. Этапы создания**Прежде чем мода была признана индустрией, она в своем развитии прошла несколько важных этапов. Популярность модной вещи или модели одежды определяется ее тиражностью. Технический прогресс во многом поспособствовал созданию нужного количества модных моделей. В начале ХХ века империя «от кутюр», созданная Вортом процветала, объединяя около двадцати Домов мод. Тогда и наметился переход к более доступному и демократичному подходу в создании костюма. В это время в Париже Редферн создает свой «тайер» — прообраз сегодняшнего английского костюма. С приходом Поля Пуаре, который отказался от корсета, в моде появляются модели новых пропорций и линий, несущие в себе новую эстетику простоты и изящества. Поль Пуаре готовил показы моделей два раза в год, к каждому предстоящему сезону: весна-лето, осень-зима. Эта традиция сохранилась до наших дней. Мода искала новые пути развития. Первая мировая война вывела ее на путь демократизации одежды. Ориентированность на массового потребителя стала новой чертой послевоенной моды. Тиражировать свои модели стали Мадлен Вионне (автор «кроя по косой»), Габриель Шанель, Эльза Скиапарелли и др. Новая мода позволяла перевести изготовление одежды в условия промышленного производства. Так, рядом с «от кутюр» появилась мода, ориентированная на промышленность — «прет-а-порте». Длительное время «от кутюр» и «прет-а-порте» развивались параллельно и независимо друг от друга. Авторская высокая мода предназначалась состоятельному высокому классу и отличалась художественной и исполнительской уникальностью. «Прет-а-порте», имеющая большую тиражность, выпускала модели из недорогого материала, оставляя им полную анонимность. Художник-проектировщик оставался в тени, не давая свое имя разработанной им модели одежды. С приходом Пьера Кардена ситуация кардинально изменилась. В 1960 году он стал тиражировать свои творения для того, чтобы все, кто пожелает, могли приобрести и носить его модели. Пьер Карден перенес в массовый тираж как идеи моделей «от кутюр», так и качество их исполнения. Для этого тщательно прорабатывалась технология изготовления модной вещи, апробировались варианты кроя, и в результате выбирался лучший, так как костюм из магазина должен был хорошо сидеть на индивидуальной фигуре потребителя. Таким образом, Пьер Карден возвел «прет-а-порте» на уровень «от кутюр». За это он был с шумом исключен из Палаты парижских модельеров. Нарушение запрета «пачкать руки» о массовый пошив высокая мода простить Кардену не могла. Опыт Кардена показал мастерам высокой моды, что оставаться в вакууме «чистого искусства» невозможно, необходимо работать на «индустрию готового платья». Создавать коллекции «прет-а-порте» сохраняя престиж марки, гораздо сложнее, ведь оценку им будет давать не узкий круг ценителей и клиентов, а массовый потребитель. По словам Кардена «**...**мода оправдывает себя, если она принята улицей, иначе она теряет смысл своего существования **...**Мода обретает жизнь только при условии общественного признания...» Коллекции «прет-а-порте» являются, по сути, одновременно промышленными коллекциями класса «люкс» и перспективными коллекциями, т. е. коллекциями-«прогнозами», коллекциями-«программами» для промышленных массовых коллекций. Это определяет специфику их создания. Основными задачами создания коллекций «прет-а-порте» являются: - разработка нового модного образа с учетом тенденций моды; - разработка колористического, тонального и пластического рядов; - ориентация на модные фактуры материалов и фурнитуру; - разработка новых базовых форм, соответствующих тенденциям моды; - разработка и использование прогрессивных методов технологической обработки моделей, новых технологий. *Этапы создания: Первый этап*— *«Концепция»*В ходе его определяется общая концептуальная направленность коллекции, выбирается ассортимент, сырье, назначение моделей. *Второй этап*— *«Создание»*На этом этапе создаются эскизы будущей коллекции, выбираются ведущая цветовая гамма, силуэты, а также разрабатывается стилистика коллекции. *Третий этап*— *«Планирование»*В ходе этого этапа отбираются эскизы тех моделей коллекции, которые будут выполнены в материале и определяется оптимальное число моделей в коллекции. *Четвертый этап –«Выполнение в материале»*На этом этапе по эскизам создаются макеты, на которых отрабатываются конструкции моделей. При создании коллекций такого уровня, конструкции, как правило, создаются современными методами конструктивного моделирования. Завершается этот этап работы выполнением моделей из основной ткани. *Пятый этап*— «*Отбор готовых моделей»*Проводится с целью выбора наиболее удачных и конкурентоспособных изделий, соответствующих требованиям марки создателя. Формируются блоки моделей для показа их на подиуме, объединенные назначением, единством силуэта и цветового отношения. *Шестой этап*— «*Демонстрация коллекции»*Показ моделей является основной формой рекламы в конкурентной борьбе между дизайнерами за «звание» модного. Коллекции «прет-а-порте» демонстрируются за семь-восемь месяцев до сезона: весенне-летние в сентябре - начале октября, осенне-зимние — в феврале. Премьерные показы новых коллекций проходят в рамках недели «прет-а-порте» (в Париже, Нью-Йорке, Лондоне, Милане, Барселоне, Дюссельдорфе и др.). По результатам таких показов *байеры*делают заказы для крупнейших торговых фирм и бутиков, работающих в индустрии моды. Заказы делаются на отдельные модели или на целые коллекции, после чего становится ясно, какой тираж выпуска моделей планируется к началу модного сезона. *Седьмой этап*— «*Производство»*Разрабатываются лекала для всех типовых размеров с помощью компьютерных технологий. Изготавливаются серии моделей коллекции. *Восьмой этап*— «*Реклама и распределение коллекции»*На этом этапе происходит поиск деловых партнеров и расширение масштабов деятельности; закупка торговыми организациями моделей коллекции; реклама в средствах массовой информации и т.п. После создания и демонстрации коллекции «прет-а-порте» разрабатываются промышленные массовые коллекции, которые развивают перспективные тенденции и стили, появившиеся в коллекциях «прет-а-порте». Это происходит через полтора-два года после их появления в перспективных коллекциях. Подтверждается высказывание Жака Эстереля: «Мода приходит с улицы и, облагороженная, вновь возвращается к ней...»

**Особенности проектирования промышленных коллекций**Промышленная коллекция одежды создается многими специалистами. Это обусловлено спецификой таких коллекций, предназначенных для промышленного производства одежды.

*Этапы разработки промышленной коллекции I этап. Исследовательский*На этом этапе исследуются объективные факторы экономической выгоды от производства коллекции: изучаются степень востребованности (потребительский спрос) на определенные ассортиментные группы одежды, уровень доходов потребителей, степень информированности и подготовленности потребителей в вопросах модных тенденций, вкусовые предпочтения на различные виды сырья, из которого планируется производство коллекции. На этом этапе определяется концепция всей коллекции. *II этап. Эскизный*На этом этапе создаются и разрабатываются эскизы моделей коллекции, нацеленные на использование сырья и материалов, отобранных на первом этапе. Прорабатывается цветовой ряд коллекции. Определяется единый стиль коллекции и ведущие силуэты. *III этап. Отборочный*На этом этапе планируется количество моделей в коллекции и проводится отбор эскизных форм для выполнения их в материале. *IV* *этап. Реализационный*На этом этапе замысел художника-проектировщика реализуется в конкретном материале в виде готовых моделей одежды. Сначала по эскизу выполняется макет изделия из макетной ткани, приближенной по свойствам к основному материалу, из которого планируется изготовить модель. Это дает возможность объективно анализировать создаваемую форму изделия, ее пластические и функциональные свойства. На макете отрабатывается конструкция изделия, находится ее оптимальное решение. При проектировании промышленных коллекций на этапе разработки конструкции используют, как правило, уже апробированные конструкции базовых форм, которые методом конструктивного моделирования изменяют в соответствии с модельными особенностями разрабатываемого изделия. На основе проработанной конструкции проводится раскрой и пошив изделия из материала коллекции. *V* *этап. Просмотровый*Этот этап включает в себя рабочий просмотр отшитых моделей на манекенщиках. В результате предварительного просмотра осуществляется отбор лучших моделей коллекции, наиболее перспективных и экономически выгодных для производителя и торгующих организаций. Отбор осуществляется на основании данных тенденций потребительского спроса. *VI этап. Испытательный*Этот этап может включать в себя начальные мероприятия, связанные с испытанием новых изделий в контрольной группе потребителей. После анализа и доработки опытных образцов моделей осуществляются заключительные этапы разработки промышленной коллекции. Перед запуском моделей в массовое производство выпускают сначала небольшие опытные партии изделий для определения спроса потребителей через систему фирменных магазинов, торгово- промышленных ярмарок и т.п. Возможен выезд художников-проектировщиков в магазины для осуществления демонстрации новых моделей одежды и проведения пробной торговли, в ходе которой проводится опрос покупателей. Все полученные мнения о новых моделях анализируются. Если требуется, то проводятся корректировки моделей и принимается решение о запуске их в производство. *VII этап. Лекальный*На этом этапе осуществляется разработка лекал для типовых размерных групп. На современном этапе проектирования коллекций используются специализированные компьютерные технологии разработки лекал. *VIII этап. Производственный*Этот этап включает в себя изготовление в материале серии моделей коллекционного ряда. Количество моделей в серии определяется в зависимости от ценовой политики. *IХ этап. Рекламный*Этап включает в себя деятельность торговых организаций по распределению коллекции, проектированию и осуществлению рекламы новой коллекции (создание прессрелизов, плакатов, видеороликов и т.д.), показы коллекции на выставках, ярмарках и т.п.

**Проектирование коллекций**Коллекция (в переводе с латинского означает «собрание») — это систематизированное собрание каких-либо однородных предметов, представляющих научный, исторический или художественный интерес. *Художественная система «коллекция»*в проектировании одежды — это серия моделей костюмов, объединенных общей идеей, эмоционально-художественной выразительностью образа, единством стиля, формы, цветового решения и применяемых материалов. Коллекция может состоять из различных элементов — единичных моделей, комплектов, ансамблей, дополнений, аксессуаров. В коллекции каждый костюм композиционно завершен и обладает целостностью. В свою очередь, коллекция, состоящая из таких костюмов, представляет собой гармоничную цельную систему, в которой каждый элемент (костюм) связан с другими составляющими и наоборот. Вся коллекция строится по законам композиции. Коллекция — это не механическое объединение разных моделей в одну группу. Коллекцию как художественную систему отличают признаки, присущие любой пластической композиции. Главный признак коллекции моделей — ее ***цельность.***Цельность коллекции достигается путем использования в ней гармонизирующих факторов: — стилевое единство; — единство формы; — единая цветовая грамма; — единая структура и фактура материалов; — единство образного решения. Важным признаком коллекции, от которого зависит эмоционально-образное воздействие на зрителя, является ***динамика.***Динамичность коллекции предполагает развитие по основным направлениям: - основной идеи коллекции; - композиционного решения; - конструктивного решения; - тонального ряда коллекции; - цветового ряда коллекции. Центральная идея коллекции должна развиваться от модели к модели, представляя на суд зрителя все возможные варианты и нюансы развития главной идеи. Если сравнить центральную идею коллекции с бриллиантом, то дизайнер выступает в роли огранщика-ювелира, заставляющего бриллиант сверкать новой гранью, раскрывая в каждой модели коллекции его красоту. Композиционное построение коллекции диктует наличие в ней композиционного центра. Дизайнеру необходимо выбрать одну или несколько моделей костюмов, которые наиболее полно и убедительно выразят идею коллекции. Эти модели, являющиеся кульминацией всей коллекции, могут быть выделены следующими выразительными элементами знаковой системы костюма: - формой и силуэтом; - объемом, - пластикой; - колоритом; - фактурой; - декором. Развитие конструктивного решения коллекции предполагает динамичную выразительность нюансов кроя. Декоративное решение коллекции должно четко продумываться от модели к модели. Коллекция не должна быть перегружена декором. Дизайнер не должен подменять понятие «дизайн одежды» украшательством моделей. Количество декора в каждой модели должно быть разным. Модели, выполняющие роль композиционного центра в коллекции и являющиеся по сути кульминацией, выражающей центральную идею и замысел автора, могут иметь самое яркое и насыщенное декоративное решение.

Обязательным условием грамотно разработанной коллекции является построение развития ее тонального ряда. Коллекция должна иметь свой тональный композиционный центр, причем он не всегда может совпадать с центральными моделями коллекции. Работа над тоновым решением коллекционного ряда — серьезная задача для начинающего дизайнера. Наряду с построением тонального развития ряда дизайнер выстраивает свое видение ряда цветового. Развитие колорита коллекции начинается с выбора цветового композиционного центра. Наиболее сильным по своему образно-эмоциональному воздействию на зрителя является вариант, когда в коллекции моделей тональный и цветовой композиционные центры совпадают. Тонально-колористическое решение строя коллекции звучит в унисон центральной идее, помогая раскрывать автору свои замыслы и образы. Коллекция моделей, как любая пластическая композиция, объединяющая несколько элементов вместе, предъявляет к составляющим ее частям (костюмам) требование общности одного или нескольких признаков этих элементов. Современная одежда объединяется в коллекции в зависимости от следующих факторов: — ассортимента (коллекции пальто, костюмов, платьев, брюк, белья и т. п.); — возраста и пола (коллекции молодежной одежды, мужской, детской и т. д.); — сезона (коллекции зимних пальто, летних платьев и т.п.); — функционального назначения (коллекции деловой одежды, для отдыха, занятий спортом и т. п.); — стиля (коллекции классических костюмов, фольклорных и т. п.); — используемых материалов (коллекции трикотажных изделий, меховых изделий, льняных костюмов и т. п.); — образного источника или мотива творчества (например, коллекция по мотивам древнерусского зодчества; творчества К. Малевича; культуры и быта уральского казачества и т. п.)

**Типы коллекций**Коллекции одежды делятся на несколько типов: - перспективные; - авторские; - промышленные базовые; - специальные. *Перспективные коллекции.*Эти коллекции несут в себе концепцию развития моды (чаще всего на будущий сезон). Они демонстрируют новые тенденции развития и стили новых сезонов. К этой группе коллекций отно- сятся коллекции «от кутюр», представляющие новые концепции ведущих домов мод и коллекции «прет-а -порте», разработанные ведущими дизайнерами. Такие коллекции представляют новаторские разработки образов предстоящего сезона или более отдаленной перспективы. В перспективных коллекциях показываются новейшие идеи в работе с конструкциями, особенностями кроя, технологиями изготовления моделей. Такие коллекции всегда образны, эмоционально насыщены, представляют новые формы, силуэты, пропорции в костюме. Коллекция «прет-а-порте» является промышленной коллекцией класса «люкс» для конкретных производственных фирм. Байеры, занимающиеся закупками для бутиков и модных магазинов, «отслеживают» на показах коллекции, отвечающие концепции развития торговых организаций, представителями которых они являются. После демонстрации коллекции на показах байеры делают заказы фирмам на выбранные ими модели одежды и определяют будущий тираж моделей, выпускаемых к новому сезону. Кроме того, коллекция «прет-а-порте» является программной коллекцией для массовых промышленных коллекций. *Авторские коллекции.*Они демонстрируют авторскую индивидуальную творческую концепцию дизайнера. Авторскими коллекциями могут быть как коллекции высокой моды, так и коллекции класса «прет-а-порте», представленные признанными мастерами мира моды. К авторским коллекциям относятся и коллекции, созданные дизайнерами для показа на выставках, ярмарках, для участия в творческих конкурсах. В таких коллекциях демонстрируется индивидуальное видение мира, пропущенное через призму авторского стиля; создается неповторимый новый образ, оригинальный и выразительный. *Промышленные базовые коллекции.*Этот вид коллекций развивает и отрабатывает перспективные тенденции, продемонстрированные ранее в коллекциях класса «прет-а-порте». Обычно процесс адаптации новых стилей и тенденций моды к массовому производству проходит некоторый период (от одного года до двух лет). Такие коллекции демонстрируют модели, рассчитанные на внедрение в производство. Этот вид коллекций представляет актуальный ассортимент изделий, предназначенный для массового производства. Как правило, такие коллекции демонстрируются на ярмарках моды для представителей торгующих организаций. Эти коллекции отличаются от перспективных и авторских коллекций нюансным решением новых форм, отсутствием резких силуэтов, стремлением смягчить непривычный образ «будущей» моды. В таких коллекциях используются испытанные варианты кроя, апробированные решения комбинирования разнофактурных тканей и т. п. Такие коллекции не демонстрируют резких образов и экспериментов с формой костюма. Промышленные базовые коллекции могут состоять из ряда ассортиментных коллекций. Это объясняется выбором массового потребителя, который предпочитает комплекты и единичные автономные вещи, дающие возможность составлять базовый рациональный гардероб. Ассортиментные коллекции, в свою очередь, часто состоят из групп моделей, разработанных на одной базовой форме и конструктивной основе. Промышленная коллекция всегда требует унификации и стандартизации, что существенно снижает затраты и экономит время на внедрение новых моделей одежды в производство. *Специальные коллекции.*Специфика таких коллекций — в их специальном назначении. Такие коллекции разрабатываются с учетом требований, предъявляемых конкретными заказчиками. К коллекциям специального назначения относятся коллекции школьной формы, коллекции формы муниципальной милиции, коллекции одежды для работников городского муниципального хозяйства и др.

**Последовательность работы над коллекциями «от кутюр»**

Творческая концепция автора ложится в основу любой коллекции, приобретая в процессе работы над ней черты индивидуального стиля. Методы работы над коллекциями высокой моды со времен Фредерика Ворта, который совершил переворот во французской моде и создал четкую систему модных фирм — «от кутюр», существуют различные. Традиционным считался метод, при котором работа над моделями коллекции начиналась с работы с материалом (тканью) коллекции. Модели создавались муляжным методом, исходя из ткани. В этом случае ткань диктует форму моделям - «материал определяет форму». Не случайно Ворт сознательно вводил в моду те ткани, выпуск которых считал необходимым, а Поль Пуаре стал сам разрабатывать и предлагать нужные ему рисунки тканей и виды отделки. Многие великие мастера моды пользуются этим методом и в наши дни, утверждая, что пластичность материала, изгибы складок диктуют им образы будущих моделей, доводя гармонию материала и художественно-образное решение каждой модели до совершенства. Метод работы над коллекцией высокой моды, предполагающий начальным этапом создание эскиза, считался характерным для работы над коллекциями готового платья. В Домах высокой моды этот метод завоевал прочное место, как способ поиска новых решений, новаторских идей в создании моделей «от кутюр». В статье «История дома Кристиана Диора», опубликованной в журнале «Американ Фебрикс» за 1964 год, а затем в книге «Кристиан Диор и я» Кристиана Диора была показана последовательность работы над коллекцией «от кутюр», которую предложил великий французский кутюрье. Этапы работы над коллекциями высокой моды, предложенные Диором, стали новой традицией, которую взяли на вооружение многие мастера моды современности. *Первый этап*Кристиан Диор обозначил как «Студия». Содержание 1 этапа: - анализ источников, идей будущих моделей; - создание первых набросков эскизов, отражающих авторские идеи коллекции; - обсуждение эскизов-идей разрабатываемой коллекции; - отбор наиболее характерных эскизов, выражающих идеи коллекции; - создание первых макетов, выбор отделки моделей, выражающей основную идею коллекции. Проработка вариантов макетных форм и выбор лучшего из них; - просмотр отобранных макетов будущей коллекции, окончательная подгонка и обработка. *Второй этап*Диор назвал «Мастерские».

Содержание 2 этапа: - разработка плана коллекции (сценария). «Сценарий» коллекции дает четкое представление о назначении моделей и не позволяет автору встать на путь случайного образования форм коллекционного ряда. В противном случае, впоследствии связать модели воедино будет очень сложно, если не невозможно. Композиционное построение коллекции (выделение композиционного центра, выстраивание ритмического ряда, тонального и цветового рядов коллекции); - подбор материалов для выполнения коллекции; - отбор манекенщиков-демонстрантов моделей; - отшив моделей в материале, при этом возможен пошив моделей-вариантов (с последующим выбором лучшего из них); - проведение примерок моделей в материале; - подбор дополнений, аксессуаров; - проведение рабочей репетиции; - проведение просмотра и последующая окончательная доработка коллекции; - проведение генеральной репетиции просмотра коллекции.

*Третий этап*Кристиан Диор определил как «Салон». Содержание 3 этапа работы над коллекцией «от кутюр»: - разработка плана показа коллекции, режиссура показа. К. Диор в середине и конце показа демонстрировал зрителям самые эффектные и острые модели, часто самые непрактичные в коллекции. Эти модели он называл «Трафальгар» и рассматривал их как «ударные силы», несущие новые идеи коллекции, символы новой авторской линии. Именно эти модели размещаются на обложках журналов, рекламных плакатах, символизируя новые тенденции развития моды. - определение порядка показа моделей в коллекции. Коллекция, как правило, состоит из блоков моделей, характер которых определяется назначением костюмов, К. Диор обозначил следующий порядок очередности блоков-«выходов»: 1. Костюмы 2. Платья для города. З. Платья для коктейлей. 4. Короткие вечерние платья. *5.*Длинные вечерние платья. 6. Бальные платья. 7. Свадебные платья. Если в коллекцию входили модели верхней одежды, что зависело от сезона показа, то показ начинался с блока верхней одежды (пальто, плащи, накидки, костюмы), а затем традиционно следовал в том порядке, который показан выше. В современном мире моды коллекции не строятся четко по ассортиментным группам и блокам. Большинство дизайнеров придерживаются следующего порядка построения коллекций: 1. Верхняя одежда. 2. Одежда повседневного назначения. З. Одежда для отдыха и спорта. 4. Праздничная, нарядная и вечерняя одежда. *5.*Свадебная одежда.

**Коллекции уровня «прет-а-порте». Особенности проектирования. Этапы создания**Прежде чем мода была признана индустрией, она в своем развитии прошла несколько важных этапов. Популярность модной вещи или модели одежды определяется ее тиражностью. Технический прогресс во многом поспособствовал созданию нужного количества модных моделей. В начале ХХ века империя «от кутюр», созданная Вортом процветала, объединяя около двадцати Домов мод. Тогда и наметился переход к более доступному и демократичному подходу в создании костюма. В это время в Париже Редферн создает свой «тайер» — прообраз сегодняшнего английского костюма. С приходом Поля Пуаре, который отказался от корсета, в моде появляются модели новых пропорций и линий, несущие в себе новую эстетику простоты и изящества. Поль Пуаре готовил показы моделей два раза в год, к каждому предстоящему сезону: весна-лето, осень-зима. Эта традиция сохранилась до наших дней. Мода искала новые пути развития. Первая мировая война вывела ее на путь демократизации одежды. Ориентированность на массового потребителя стала новой чертой послевоенной моды. Тиражировать свои модели стали Мадлен Вионне (автор «кроя по косой»), Габриель Шанель, Эльза Скиапарелли и др. Новая мода позволяла перевести изготовление одежды в условия промышленного производства. Так, рядом с «от кутюр» появилась мода, ориентированная на промышленность — «прет-а-порте». Длительное время «от кутюр» и «прет-а-порте» развивались параллельно и независимо друг от друга. Авторская высокая мода предназначалась состоятельному высокому классу и отличалась художественной и исполнительской уникальностью. «Прет-а-порте», имеющая большую тиражность, выпускала модели из недорогого материала, оставляя им полную анонимность. Художник-проектировщик оставался в тени, не давая свое имя разработанной им модели одежды. С приходом Пьера Кардена ситуация кардинально изменилась. В 1960 году он стал тиражировать свои творения для того, чтобы все, кто пожелает, могли приобрести и носить его модели. Пьер Карден перенес в массовый тираж как идеи моделей «от кутюр», так и качество их исполнения. Для этого тщательно прорабатывалась технология изготовления модной вещи, апробировались варианты кроя, и в результате выбирался лучший, так как костюм из магазина должен был хорошо сидеть на индивидуальной фигуре потребителя. Таким образом, Пьер Карден возвел «прет-а-порте» на уровень «от кутюр». За это он был с шумом исключен из Палаты парижских модельеров. Нарушение запрета «пачкать руки» о массовый пошив высокая мода простить Кардену не могла. Опыт Кардена показал мастерам высокой моды, что оставаться в вакууме «чистого искусства» невозможно, необходимо работать на «индустрию готового платья». Создавать коллекции «прет-а-порте» сохраняя престиж марки, гораздо сложнее, ведь оценку им будет давать не узкий круг ценителей и клиентов, а массовый потребитель. По словам Кардена «**...**мода оправдывает себя, если она принята улицей, иначе она теряет смысл своего существования **...**Мода обретает жизнь только при условии общественного признания...» Коллекции «прет-а-порте» являются, по сути, одновременно промышленными коллекциями класса «люкс» и перспективными коллекциями, т. е. коллекциями-«прогнозами», коллекциями-«программами» для промышленных массовых коллекций. Это определяет специфику их создания. Основными задачами создания коллекций «прет-а-порте» являются: - разработка нового модного образа с учетом тенденций моды; - разработка колористического, тонального и пластического рядов; - ориентация на модные фактуры материалов и фурнитуру; - разработка новых базовых форм, соответствующих тенденциям моды; - разработка и использование прогрессивных методов технологической обработки моделей, новых технологий. *Этапы создания: Первый этап*— *«Концепция»*В ходе его определяется общая концептуальная направленность коллекции, выбирается ассортимент, сырье, назначение моделей. *Второй этап*— *«Создание»*На этом этапе создаются эскизы будущей коллекции, выбираются ведущая цветовая гамма, силуэты, а также разрабатывается стилистика коллекции. *Третий этап*— *«Планирование»*В ходе этого этапа отбираются эскизы тех моделей коллекции, которые будут выполнены в материале и определяется оптимальное число моделей в коллекции. *Четвертый этап –«Выполнение в материале»*На этом этапе по эскизам создаются макеты, на которых отрабатываются конструкции моделей. При создании коллекций такого уровня, конструкции, как правило, создаются современными методами конструктивного моделирования. Завершается этот этап работы выполнением моделей из основной ткани. *Пятый этап*— «*Отбор готовых моделей»*Проводится с целью выбора наиболее удачных и конкурентоспособных изделий, соответствующих требованиям марки создателя. Формируются блоки моделей для показа их на подиуме, объединенные назначением, единством силуэта и цветового отношения. *Шестой этап*— «*Демонстрация коллекции»*Показ моделей является основной формой рекламы в конкурентной борьбе между дизайнерами за «звание» модного. Коллекции «прет-а-порте» демонстрируются за семь-восемь месяцев до сезона: весенне-летние в сентябре - начале октября, осенне-зимние — в феврале. Премьерные показы новых коллекций проходят в рамках недели «прет-а-порте» (в Париже, Нью-Йорке, Лондоне, Милане, Барселоне, Дюссельдорфе и др.). По результатам таких показов *байеры*делают заказы для крупнейших торговых фирм и бутиков, работающих в индустрии моды. Заказы делаются на отдельные модели или на целые коллекции, после чего становится ясно, какой тираж выпуска моделей планируется к началу модного сезона. *Седьмой этап*— «*Производство»*Разрабатываются лекала для всех типовых размеров с помощью компьютерных технологий. Изготавливаются серии моделей коллекции. *Восьмой этап*— «*Реклама и распределение коллекции»*На этом этапе происходит поиск деловых партнеров и расширение масштабов деятельности; закупка торговыми организациями моделей коллекции; реклама в средствах массовой информации и т.п. После создания и демонстрации коллекции «прет-а-порте» разрабатываются промышленные массовые коллекции, которые развивают перспективные тенденции и стили, появившиеся в коллекциях «прет-а-порте». Это происходит через полтора-два года после их появления в перспективных коллекциях. Подтверждается высказывание Жака Эстереля: «Мода приходит с улицы и, облагороженная, вновь возвращается к ней...»

**Особенности проектирования промышленных коллекций**Промышленная коллекция одежды создается многими специалистами. Это обусловлено спецификой таких коллекций, предназначенных для промышленного производства одежды.

*Этапы разработки промышленной коллекции I этап. Исследовательский*На этом этапе исследуются объективные факторы экономической выгоды от производства коллекции: изучаются степень востребованности (потребительский спрос) на определенные ассортиментные группы одежды, уровень доходов потребителей, степень информированности и подготовленности потребителей в вопросах модных тенденций, вкусовые предпочтения на различные виды сырья, из которого планируется производство коллекции. На этом этапе определяется концепция всей коллекции. *II этап. Эскизный*На этом этапе создаются и разрабатываются эскизы моделей коллекции, нацеленные на использование сырья и материалов, отобранных на первом этапе. Прорабатывается цветовой ряд коллекции. Определяется единый стиль коллекции и ведущие силуэты. *III этап. Отборочный*На этом этапе планируется количество моделей в коллекции и проводится отбор эскизных форм для выполнения их в материале. *IV* *этап. Реализационный*На этом этапе замысел художника-проектировщика реализуется в конкретном материале в виде готовых моделей одежды. Сначала по эскизу выполняется макет изделия из макетной ткани, приближенной по свойствам к основному материалу, из которого планируется изготовить модель. Это дает возможность объективно анализировать создаваемую форму изделия, ее пластические и функциональные свойства. На макете отрабатывается конструкция изделия, находится ее оптимальное решение. При проектировании промышленных коллекций на этапе разработки конструкции используют, как правило, уже апробированные конструкции базовых форм, которые методом конструктивного моделирования изменяют в соответствии с модельными особенностями разрабатываемого изделия. На основе проработанной конструкции проводится раскрой и пошив изделия из материала коллекции. *V* *этап. Просмотровый*Этот этап включает в себя рабочий просмотр отшитых моделей на манекенщиках. В результате предварительного просмотра осуществляется отбор лучших моделей коллекции, наиболее перспективных и экономически выгодных для производителя и торгующих организаций. Отбор осуществляется на основании данных тенденций потребительского спроса. *VI этап. Испытательный*Этот этап может включать в себя начальные мероприятия, связанные с испытанием новых изделий в контрольной группе потребителей. После анализа и доработки опытных образцов моделей осуществляются заключительные этапы разработки промышленной коллекции. Перед запуском моделей в массовое производство выпускают сначала небольшие опытные партии изделий для определения спроса потребителей через систему фирменных магазинов, торгово- промышленных ярмарок и т.п. Возможен выезд художников-проектировщиков в магазины для осуществления демонстрации новых моделей одежды и проведения пробной торговли, в ходе которой проводится опрос покупателей. Все полученные мнения о новых моделях анализируются. Если требуется, то проводятся корректировки моделей и принимается решение о запуске их в производство. *VII этап. Лекальный*На этом этапе осуществляется разработка лекал для типовых размерных групп. На современном этапе проектирования коллекций используются специализированные компьютерные технологии разработки лекал. *VIII этап. Производственный*Этот этап включает в себя изготовление в материале серии моделей коллекционного ряда. Количество моделей в серии определяется в зависимости от ценовой политики. *IХ этап. Рекламный*Этап включает в себя деятельность торговых организаций по распределению коллекции, проектированию и осуществлению рекламы новой коллекции (создание прессрелизов, плакатов, видеороликов и т.д.), показы коллекции на выставках, ярмарках и т.п.