

Стратегія майбутнього пов'язана з прогнозуванням перспектив подальшого розвитку багатофункціонального комплексу як вищої форми організації спортивного і повсякденного життя у суспільстві.

### Список використаних джерел:

1. Багатофункціональні комплекси та «розумні» міста – головні тренди в нерухомості. URL: <https://utgcompany.com/ua/news/bagatofunktsionalni-kompleksi-ta-rozumni-mista-golovni-trendi-v-nerukhomosti>
2. Петрова І.В. Розважальний комплекс в сучасній Україні: проблема типології. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : філософія, культурологія, соціологія*. 2015. Вип. 10. С. 140–148.
3. Методичні вказівки з дисципліни: «Архітектурне проектування». Модуль № 8 до курсової роботи «Спортивно-оздоровчий комплекс в структурі студентського кампусу» (для студентів 4 курсу напряму 6.060102 – Архітектура, спеціальність – «Архітектура будівель і споруд») / В. С. Коваленко, Л. О. Богданова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. – 46 с.
4. ДБН В.2.2-13-2003 Спортивні та фізкультурно-оздоровчі споруд.
5. Голубева Е.П. Принципы формирования архитектуры рекреационно-досуговых комплексов: дис. канд. архитектуры: 18.00.02 / Е.П. Голубева; Нижегородский архитектурный институт. – Нижний Новгород, 2006. – 195 с.
6. ДБН В.2.2-16:2019 Культурно-видовищні та дозвілєві заклади.

**Пуц Ю.І.**

*студентка,*

*Науковий керівник: Ейвас Л.Ф.*

*кандидат педагогічних наук, доцент,*

*Криворізький державний педагогічний університет*

## ОБРАЗ ЖИТТЯ ЯК КАТЕГОРІЯ ПРОЕКТУВАННЯ ОДЯГУ PRET A PORTE

Одним із важливих предметів матеріальної культури суспільства та однією з категорій дизайнерської діяльності є модний одяг. Прет-а-порте (фр. pret-a-porter – готове для носіння) – це моделі одягу масового виробництва, які виготовляють і реалізують невеликими партіями в

бутиках (малих крамничках), що належать Будинкам високої моди. Одяг такого класу за певного періоду мав назву *confession* – «готовий одяг» [3, с. 25]. Зазвичай одяг класу прет-а-порте представляє споживачу моду нового сезону.

На думку Г. Зіммеля, модний одяг є своєрідною розпізнавальною ознакою належності до елітного суспільства, а сама мода є способом прагнення простих членів суспільства наслідувати еліту [2]. Хвиля моди налічує три взаємообумовлених фази: власне, фазу виробництва моди, розповсюдження модних речей та стандартів поведінки, та фазу споживання речей. Саме на другій фазі відбувається розповсюдження іміджу об'єкту моди та стандарту споживання, що враховує образ життя споживачів [4].

На думку В.М. Вороніної, мода може існувати тільки там, де суспільство не характеризується соціальною однорідністю, де воно розділено на різні класи та інші соціальні групи. Члени цих груп можуть наслідувати один одного, запозичувати один в одного культурні зразки – відповідно, вони і є носіями моди [1, с. 83]. Мода – регулятор діяльності соціуму й важливий чинник, який безпосередньо впливає на життя людини, її соціальну поведінку, формує образ життя споживача й водночас залежить від його образу життя, складаючи певну цільову категорію проектування – створення одягу прет-а-порте.

Історію прет-а-порте прийнято відлічувати з другої половини ХХ ст., коли суспільство післявоєнного періоду оцінило в одязі передовсім, зручність. Відтак, швейні підприємства Європи, почали масове виробництво одягу, орієнтоване на повоєнне суспільство, його молодь. Саме у Франції (1947 р.) увійшов у вжиток вперше запропонований А. Ламперером термін «прет-а-порте». Протягом 1948–1951 рр. у Парижі проводяться тижні прет-а-порте, салони жіночої і чоловічої моди, а вже у 1956 р. відбувається перший салон прет-а-порте у Версалі, який заявив про народження індустрії моди для пересічного споживача [3, с. 26].

Поняття прет-а-порте починає поширюватися як альтернатива одягу масового виробництва, що асоціювалася у споживачів з недостатньо якісним й невибагливим за моделями одягом. У 1950-х рр. мода від кутюр диктувала стилі, які потім копіювали у масовій моді, таким чином активно розвивалося і виробництво готового одягу прет-а-порте. Починаючи від 1969 р. у Мілані регулярно відбуваються покази колекцій жіночого готового одягу, а з 1975 р. – покази чоловічої моди і трикотажних виробів). У Кельні (Німеччина) традиційними стають

покази чоловічої моди, виставки дитячих і юнацьких товарів, у Нью-Йорку – покази жіночого і чоловічого модного одягу.

Одяг, що демонструється на подіумах, є тільки квінтесенцією ідей колекції, яка потім надійде у магазини і розглядатиметься як модний напрям. У разі виготовлення одягу прета-порте масового виробництва перевага віддається класичним силуетам, тканинам і дизайну, перевіреному часом, до яких іноді додають модні деталі [3; 5].

З кінця 90-х рр. XX ст. багато будинків мод, що працюють у прет-а-порте, починають орієнтуватися на розкіш, що призводить до «прет-а-порте де Люкс» (pret-a-porter de lux) – лінійки готового одягу, виготовленого з високоякісних тканин і випущеного невеликою серією. Початок цьому поклав відомий дизайнер Т. Форд, який першим використав хутро, складний крій, шкіри екзотичних тварин та ручні вишивки при виготовленні моделей одягу прет-а-порте [3, с. 27]. Прет-а-порте де люкс – це бренди Cavalli, Gucci, Sonia Rikel, Armani, Christian Dior, Versace, Paco Rabanne, Yohji Yamamoto, Oscar de La Renta тощо.

Прет-а-порте без приставки де-люкс – це модний продукт, у назві якого не обов'язково використовувати ім'я модельєра чи дизайнера. Це, – Max Mara, Missoni, Calvin Klein, Etro, Comme de Garçons, Anna Sui.

На думку деяких кутюре (М. Прада), сучасні Будинки мод існують саме за рахунок продажу готового одягу. Дизайнери Е. Пуччі, М. Куант, А. Курреж, Л. Страус – ключові фігури в індустрії моди прет-а-порте.

Розглянута лише частково проблема дає можливість зробити висновок, що сьогодні модний одяг прет-а-порте практично нічим не відрізняється за зовнішнім виглядом від моделей від кутюр та представляє категорію проектування одягу, яка враховує образ життя середньостатистичної людини, але мотивує до прагнення зміни цього образу, підвищення соціального статусу.

### Список використаних джерел:

1. Вороніна М.В. Взаємодія молодіжних субкультур і сучасної моди / М.В. Вороніна // Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. – № 1 (2018). – С. 80–91. – Режим доступу: <http://demiurge.knukim.edu.ua/article/view/146816>
2. Зиммель Г. Избранное : в 2 т. / Г. Зиммель. – Москва : Юристъ, 1996. – Т. 2: Созерцание жизни. – 607 с.
3. Колосніченко М.В. Мода і одяг. Основи проектування та виробництва одягу: Навчальний посібник / М.В. Колосніченко, К.Л. Процик. – Київ: КНУТД, 2011. – 238 с.

4. Колужнова Н. В. Мода как фактор потребительского поведения [Электронный ресурс]: статья / Н.В. Колужнова // Элитариум 2.0: образовательная система. – Режим доступа: [http://www.elitarium.ru/moda\\_kak\\_faktor](http://www.elitarium.ru/moda_kak_faktor) – Загл. с экрана.

5. От-кутюр, прет-а-порте и масс-маркет. Как устроена индустрия моды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/2020/08/25/ot-kutyur-pret-a-porte-i-mass-market-kak-ustroena-industriya-mody/>

6. От-кутюр чи від кутюр : що таке висока мода, прет-а-порте і для чого потрібні тижні моди [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tvoemisto.tv/blogs/otkutyur\\_chy\\_vid\\_kutyur\\_shcho\\_take\\_vysoka\\_moda\\_pretaporte\\_i\\_dlya\\_chogo\\_potribni\\_tyzhni\\_mody\\_114181.html](http://tvoemisto.tv/blogs/otkutyur_chy_vid_kutyur_shcho_take_vysoka_moda_pretaporte_i_dlya_chogo_potribni_tyzhni_mody_114181.html)

**Филиппова О.Н.**

*Политехнический музей (г. Москва)*

## **М.В. АЛПАТОВ – ПЕДАГОГ И ХУДОЖНИК**

«Михаил Владимирович Алпатов родился 27 ноября 1902 года в Москве» [5, с. 232]. «Учился он в Реальном училище, а затем с 1919 по 1921 годы на Историко-филологическом факультете Московского университета по Отделению истории и теории искусств, где слушал лекции В.К. Мальмберга, А.А. Сидорова, А.И. Некрасова, Б.Р. Вишпера, Н.И. Романова» [5, с. 232]. Начал свою научную и литературную деятельность с истории византийского и древнерусского искусства. «Уже по окончании университета им была написана первая самостоятельная научная работа по истории древнерусской скульптуры, которая впоследствии несколько раз переиздавалась: «Искусство: Книга для чтения по истории живописи, скульптуры, архитектуры» (М., 1958)» [5, с. 233]. «С 1921 по 1923 год он работал в Музее изобразительных искусств заведующим подотдела репродукций, а с 1923 по 1930-е годы – научным сотрудником Института археологии и искусствознания при Российской ассоциации научно-исследовательских институтов общественных наук (РАНИОН)» [5, с. 233]. «В 1925 году М.В. Алпатовым была успешно защищена кандидатская диссертация по истории древнерусской живописи» [5, с. 233]. «В том же году Наркомпрос командировал молодого ученого в Константинополь и в