



УДК 687.01:378.4:659.1

FASHION-КАПСУЛА ЯК СТРУКТУРНА ОДИНИЦЯ МОДУЛЬНОЇ СИСТЕМИ АЙДЕНТИКИ ЗВО: ПРИНЦИПИ РОЗРОБКИ І ВПРОВАДЖЕННЯ

МАЗНЕВ Євген, ПЕЛЕШКО Аліна,
ШЕЛУДЧЕНКО Наталія, ОБЧАРЕНКО Аліна
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
maznev@snu.edu.ua

Представлено концепцію fashion-капсули як структурного елемента адаптивної айдентики ЗВО. Через паралель між «ядром бренду» та «ядром fashion-капсули» сформовано структуру набору виробів та класифіковано його елементи за їхньою роллю в системі айдентики. Запропоновані рішення відповідають сучасним вимогам сталого розвитку, забезпечують можливості персоналізації та відображають новітні тенденції фешн-дизайну.

Ключові слова: fashion-капсула, модульна система айдентики (МСА), брендинг, сталий дизайн, кастомізація, фешн-дизайн.

ВСТУП

За зростаючої конкуренції ЗВО перетворюються на повноцінні бренди, що матеріалізують власну ідентичність у fashion-капсулі – куратованій сукупності виробів, структура якої ізоморфна логіці модульної айдентики. Актуальність теми визначається трьома тенденціями: зростаючим попитом на інструменти брендингу ЗВО, поза межами традиційної поліграфії та цифрових носіїв; утвердженням парадигми сталого розвитку та slow fashion; розвитком кастомізації як ключової стратегії сучасного арт та фешн-дизайну. Підґрунтям є структурна спорідненість систем: модульна айдентика та фешн-капсула побудовані за принципом «незмінне ядро + варіативні модулі». Це уможливорює їхню проектну інтеграцію та визначає ідею дослідження.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є обґрунтування структурного зв'язку між fashion-капсулою та модульною системою айдентики ЗВО, а також розробка принципів їхньої інтеграції у цілісний інструмент візуальної ідентифікації. Визначені завдання: проаналізувати структуру «ядра» модульної системи айдентики та фешн-капсули для виявлення їхньої структурної гомології; сформувати асортиментну матрицю капсули, адаптовану під елементну базу модульного брендингу; визначити принципи впровадження фешн-об'єктів у систему бренду ЗВО з урахуванням принципів сталого розвитку.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Дослідження показало, що успішна інтеграція айдентики в об'єкти фешн-дизайну можлива за умови структурної узгодженості двох систем. Ядро



бренду ЗВО охоплює місію, візуальні константи (логотип, Pantone-систему, типографіку) та емоційне позиціонування. Ядро fashion-капсули формують базові речі у нейтральній колірній палітрі – «полотно», на яке нашаровуються структурні та акцентні вироби. Обидві системи є структурно ізоморфними: їхня спільна точка перетину – колірна система, типографіка та signature-патерн – функціонує одночасно як елемент брендингу та як дизайн-рішення виробу {2}.

Колір виступає найпотужнішим ідентифікатором: використання фірмового кольору (Pantone-системи ЗВО) забезпечує впізнаваність навіть без логотипу на виробі. Взаємозв'язок між системами реалізується через трансляцію бренд-ДНК у конструктивні лінії та колірні схеми виробів.

Таблиця 1

Структурний ізоморфізм модульної айдентики та fashion-капсули ЗВО

Рівень системи	Модульна айдентика ЗВО	Fashion-капсула
Ядро	Логотип, Pantone-система, типографіка, місія	Базові речі, нейтральна колірна палітра
Варіативні модулі	Патерни, іконографія, суббренди структурних підрозділів	Структурні, акцентні вироби, аксесуари
Носії	Поліграфія, цифрові, просторові носії	Образи, лукбук, маркетингова кампанія
Принцип	Консистентність + адаптивність	Цілісність + взаємозамінність виробів

Для забезпечення максимальної функціональності при мінімальній кількості виробів запропоновано формулу асортиментної матриці 50/25/15/10: 50 % – базовий модуль (Core): 3-5 одиниць – футболки нейтральних кольорів, класичні сорочки / блузи, джинси прямого крою тощо. Носії незмінного ядра айдентики; 25 % – покращені основи (Elevated Basics): 2-3 одиниці – трикотажні джемperi, худі з брендуванням, оверсайз-кардигани. Головні носії варіативних візуальних елементів; 15 % – заявочні елементи (Statement pieces): 1-2 одиниці – університетський бомбер / varsity jacket, структурований блейзер. Унікальні модулі-«герої» капсули, , що демонструють найвищий рівень лояльності та приналежності; 10 % – трендові аксесуари: шопери, патчі, кепки, шарфи тощо. Мобільні носії ідентичності, виконують роль «точки входу» в бренд завдяки низькій вартості та можливості швидкої кастомізації будь-якого базового виробу.

Рациональний обсяг: мікро-капсула (7-10 виробів) – для структурних підрозділів, подій або ювілейних серій; розширена капсула (12-20) – загальний рівень ЗВО. Набір із 10-15 предметів генерує понад 30 унікальних комбінацій. Колірний баланс: 70 % нейтральні фірмові кольори + 30 % акцентні. Кожен виріб поєднується щонайменше з трьома іншими («тест на три поєднання»).



МСА в дизайні одягу ЗВО реалізується через розподіл елементів на «платформи» (стабільні) та «модулі» (змінні). Визначено шість типів компонентів, придатних для проектування як елементів МСА (табл. 2).

Таблиця 2

Компоненти МСА у fashion-капсулі ЗВО

Елемент МСА	Механізм впровадження	Зв'язок із системою айдентики
Копірний модуль	Pantone-кольори ЗВО	Впізнаваність без логотипу.
Графічний «контейнер»	Динамічний логотип-вікно (Frames)	Зміна наповнення; співтворчість.
Суббрендовий модуль	Комбіновані логотипи (Lockups)	Ієрархічна чіткість.
Конструктивний модуль	Знімні деталі (рукави, кишені)	Кастомізація виробу.
Технологічний модуль	NFC-мітки та смарт-текстиль	Доступ до цифрової екосистеми ЗВО.
Типографічний модуль	Нашивки, теги, вишивка, принт	Фірмовий шрифт як самостійний ідентифікатор.

Теоретичні положення МСА на даному етапі реалізуються у прикладні дизайн-рішення за трьома основними напрямками: графічний «контейнер» (динамічні Frames логотипа, внутрішній зміст яких оновлюється через творчі конкурси студентів); типографічний модуль (декоративні стропи (Woven Tapes) з вотканою місією або цінностями ЗВО, що інтегруються як змінні елементи); суббрендовий модуль (баджі підрозділів та Athletics lockups, що поєднують основний знак ЗВО з іконографією підрозділу).

Фешн-капсула органічно вписується у парадигму slow fashion: принцип «якість над кількістю», позасезонність і взаємозамінність виробів подовжують їхній життєвий цикл та знижують текстильне споживання [3]. Це відповідає ціннісному позиціонуванню ЗВО як відповідальної інституції та тенденціям арт та фешн-дизайну 2025-2026 рр.

Кастомізація та цифрова інтеграція є ключовим вектором розвитку системи: залучення студентів дизайнерських спеціальностей до розробки fashion-капсули перетворює її на міждисциплінарний проєкт, що реалізує освітню, брендингову та виробничу функції ЗВО одночасно [1]. Впровадження МСА забезпечує інструментарій для індивідуальної адаптації айдентики ЗВО: знімні деталі, динамічні логотипи та лімітовані серії (підрозділи, події) формують систему ідентичності, що актуалізується без повної заміни виробу.

Для оцінки успішності впровадження системи доцільно використовувати кількісні метрики, розділені за цільовими групами: NPS (Net Promoter Score): як індикатор лояльності та «амбасадорства» серед внутрішньої спільноти (здобувач, викладачі); Recall Rate (рівень впізнаваності): як показник дієвості візуальних модулів на зовнішню аудиторію (вступники, гості подій). Поєднання цих метрик дозволяє перевести брендингові рішення у площину вимірюваних результатів.



ВИСНОВКИ

1. Fashion-капсула є гнучким інструментом, що трансформує корпоративний стиль ЗВО у персоналізований lifestyle-бренд, підвищуючи впізнаваність та лояльність університетської спільноти; при цьому ефективність системи піддається кількісному вимірюванню через NPS (Net Promoter Score) як індикатор лояльності та Recall Rate як показник рівня впізнаваності бренду. 2. «Ядро» модульної айдентики (логотип, Pantone-система ЗВО, типографіка) і «ядро» fashion-капсули (базові речі, нейтральна палітра) є структурно гомологічними; їхня точка перетину – колірна система, типографіка та signature-патерн – функціонує одночасно в обох системах. 3. Компонентами фешн-капсули, придатними для проєктування як елементів МСА, є: колірний модуль, графічний «контейнер» (Frames), суббрендний модуль (Lockups), конструктивний модуль, технологічний модуль (NFC), типографічний модуль. 4. Принцип модульності успішно нейтралізує протиріччя між корпоративною уніфікацією та прагненням спільноти до самовираження. Завдяки механізмам кастомізації (знімні деталі, динамічні логотипи) система забезпечує сталий розвиток, дозволяючи актуалізувати ідентичність без повної заміни виробу. 5. Капсульний підхід на основі взаємозамінних якісних елементів є кроком до сталого дизайну і відповідає тенденціям арт і фешн-дизайну 2025-2026 рр.: slow fashion, quiet luxury, персоналізація та цифрова інтеграція.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мазнев Є., Заярнюк І. Індивідуалізація в дизайн-проєктуванні корпоративного одягу для ЗВО. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* Київ: КНУТД, 2024.
2. Chuprina N., Struminska T., Pashkevych K., Kokorina H., Davydenko I., Garkin P. Composition and graphic tools for the design of men's casual clothes and sportswear. *Art and Design*. 2023. № 2. С. 249–267.
3. Zhang X. et al. Standards for using the modular design approach in fashion design. *Journal of Fashion Design*. 2024. URL: https://kwpublications.com/papers_submitted/18500/standards-for-using-the-modular-design-approach-in-fashion-design.pdf

MAZNIIEV I., PELESHKO A., SHELUDCHENKO N., OVCHARENKO A. FASHION CAPSULE AS A STRUCTURAL COMPONENT OF A MODULAR UNIVERSITY IDENTITY SYSTEM: DESIGN AND IMPLEMENTATION PRINCIPLES

The concept of a fashion capsule as a structural element of the adaptive university identity is presented. Based on the parallel between the "brand core" and the "fashion capsule core," the structure of the product set has been formulated and its elements classified according to their roles within the identity system. The proposed solutions meet modern sustainability requirements, provide opportunities for personalization, and reflect the latest trends in fashion design.

Key words: fashion capsule, modular identity system (MIS), branding, sustainable design, customization, fashion design.