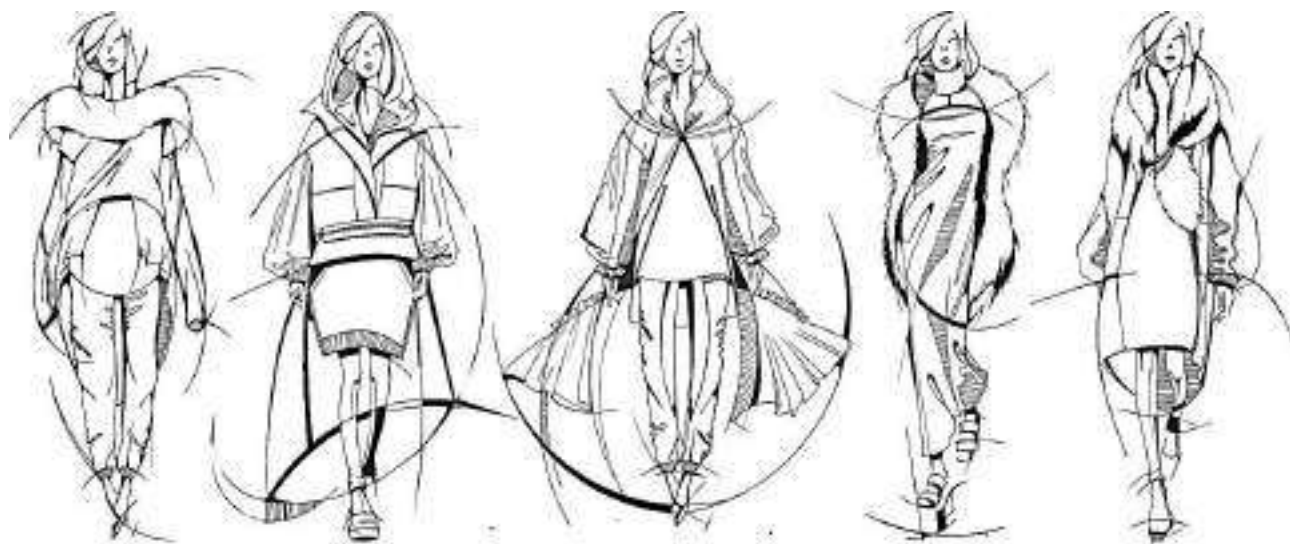


**М.А. Берианидзе, В.А. Мальцева,  
Л.Н. Малявко, А.Л. Милякова**

# **Методика разработки и выполнения дизайн- проекта**

**\*\*\***

**учебно-методическое пособие по дипломному и  
курсовому проектированию**



УДК 74.01/.09

ББК 85.126.6

Б 51

*Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Елецкого государственного университета имени И.А. Бунина  
от 30.01.2017 г., протокол №1*

**Рецензенты:**

*М.В. Климова*, кандидат филол. наук, доцент, директор института истории и культуры Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина;

*А.А. Зайцев*, кандидат физико-матем. наук, доцент, директор агропромышленного института Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина;

**М.А. Берианидзе, В. А. Мальцева, Л.Н. Малявко, А.Л. Милякова**

**Б 51** Методика разработки и выполнения дизайн-проекта: учебно-методическое пособие по дипломному и курсовому проектированию. – Елец: ЕГУ им. И.А. Бунина, 2017. - 103 с.: ил.

В учебном пособии рассматриваются вопросы разработки и выполнения дизайн-проекта в рамках дипломного и курсового проектирования: методология дизайн-проекта, современные методики конструирования и моделирования костюма, этапы работы с источником творчества

Учебно-методическое пособие предназначено для преподавателей и студентов направления подготовки Дизайн, практикующих дизайнеров.

УДК 74.01/.09

ББК 85.126.6

© Елецкий государственный  
университет им. И.А. Бунина, 2017

## ВВЕДЕНИЕ

Современная мода – один из видов концептуального искусства. В коллекции костюма за счет сочетания различных элементов (ассортимента одежды, аксессуаров, цветовых решений, формы) создается цельный, индивидуальный образ. Мода определяется ритмом жизни, материальными и духовными потребностями людей, возможностями промышленности. Основным видом профессиональной деятельности дизайнера является проектирование и создание новых оригинальных дизайн-форм, соответствующих современному уровню науки, производства, техники с одной стороны, и содержанию эстетических запросов общества, модным тенденциям в области современной одежды – с другой стороны. Призвание современного дизайнера – работать над воплощением новых идей в жизнь.

В процессе обучения по направлению подготовки бакалавриата 54.03.01 Дизайн студент готовится к следующим видам профессиональной деятельности: художественно-творческой и проектной.

Одной из главных задач моды по праву считается трансформация и преобразование окружающего мира по законам красоты. Исторические примеры демонстрируют, как во временном пространстве менялись стили, эстетические идеалы красоты, законодатели моды. В наше время мы имеем возможность наблюдать множество направлений и стилей в искусстве, оставленных нам историей. Все они по-своему прекрасны и неповторимы и свидетельствуют о богатом опыте предшествующих поколений в создании абсолютно нового эстетического продукта.

Проектирование и создание костюма – это творческий процесс, требующий наряду со специальными знаниями и навыками умения предвидеть изменения его пластических (эстетических, стилевых и др.) характеристик. Поэтому профессиональный интерес дизайнера находит источники вдохновения в культурных аспектах разных стран и народов, поставляющих для современной моды богатый материал, при этом учитывая интересы и потребности современного потребителя.

Учебным планом предусмотрено выполнение дипломного (выпускная квалификационная работа) и курсового проектирования по дисциплинам «История костюма» и «Выполнение проекта в материале».

Разработка и выполнение дипломного проекта позволяет студентам решать в дальнейшем следующие профессиональные задачи:

выполнение художественного моделирования и эскизирования; владение навыками композиционного формообразования и объемного макетирования; владение информационными технологиями, различных видов изобразительных искусств и проектной графики; выполнение комплексных дизайн-проектов, изделий и систем, предметных и информационных комплексов на основе методики ведения проектно-художественной деятельности; выполнение инженерного конструирования; владение технологиями изготовления объектов дизайна и макетирования; владение методами эргономики и антропометрии.

Главной целью дипломного проектирования является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) и образовательной программы высшего образования (ОП ВО), разработанной в Елецком государственном университете им. И.А. Бунина. Данная цель тесно связана с процессом познания, творческим изучением действительности и практическим освоением обучающимися средств исполнения дизайн-проектов.

В процессе дипломного и курсового проектирования студенты демонстрируют способность к системному пониманию художественно-творческих задач проекта, выбору необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением; готовность синтезировать набор возможных решений задач или подходов к выполнению проекта, способность обосновывать свои предложения, составлять подробную спецификацию требований к проекту и реализовывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе, на практике; умение предлагать варианты композиционных, цветографических, эргономических решений; умение выполнять художественно-техническое редактирование.

Работая с источником творчества при разработке фор-эскизов, студенты начинают активно интересоваться различными способами трактовки графической и живописной формы, стремятся достичь цветовой, тональной, фактурной и текстурной выразительности в своих работах. Поэтому возникают предпосылки для более углубленной, целенаправленной, разносторонней самостоятельной работы.

Поскольку костюм проектируется с учетом антропологических особенностей фигуры человека, студенты должны в совершенстве знать анатомическое и пропорциональное строение фигуры и владеть умением передавать пластику движений человека в фор-эскизах.

Прогрессивные методики конструирования и моделирования костюма помогают реализовать задуманное в материале.

Предлагаемое учебно-методическое пособие позволит студентам изучить опыт работы дизайнеров костюма, художников, модельеров.

В качестве иллюстративного материала наряду с антропологическими, формообразующими таблицами использованы работы студентов и выпускников отделения дизайна института истории и культуры Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина.

## **1. Основы дизайн-проектирования костюма**

### **1.1 Дизайн костюма как явление моды и культуры**

Создание коллекции современной одежды требует от дизайнера опоры на внутренний опыт и знания, полученные им в процессе обучения, чтобы иметь возможность с максимальной пользой применить их на практике. Дизайнеру необходимо учитывать утилитарные, эстетические, символические, социальные функции костюма в современном обществе. Результат проектирования для дизайнера – это не только конкретная вещь, это, прежде всего, художественный образ, который может стать образом жизни человека, который будет ее носить.

Дизайн – творческая проектная деятельность, целью которой является создание гармоничной среды, наиболее полно удовлетворяющей материальные и духовные потребности человека.

Творческая концепция – основная идея, ценностное, смысловое содержание проекта. Концептуальность – общая творческая установка, составляющая суть проектной культуры.

Состоятельная творческая концепция:

- а) отражает индивидуальное мировоззрение автора
- б) связана с основными тенденциями развития культуры и общества в целом.
- в) отражает важные проблемы, которые волнуют человека и общество в ту или иную эпоху
- г) призывает вносить свой вклад в решение их проблем

Особенности тех или иных концепций в дизайне связаны с основными подходами к проектированию:

1. Ценностный подход рассматривает проектирование как деятельность по созданию ряда объективных и субъективных ценностей, связанных с образом жизни, как индивидуума, так и общества и соответственно с типом личности, социальными и личностными ценностными нормативами, в том числе эстетическими. (поэтому концепции зачатую основываются на особом восприятии цвета, формы и проч)

2. Системный подход рассматривает объект дизайнерского проектирования как систему взаимно связанных материально-функциональных и социокультурных элементов. Системный подход требует установления четких функциональных связей между средой, её элементами (вещами) и процессами, протекающими в ней с участием человека (общества). Результатом такого подхода к проектированию является построение системного объекта;

3. Средовой подход рассматривает предметно-пространственную среду как результат освоения человеком его жизненного окружения. Деятельность и поведение человека принимаются в качестве центра и определяющего фактора, связывающего отдельные элементы среды воедино. Концепции, существующие в дизайне одежды, как правило, связаны с общими тенденциями изменения образа жизни.

Специфика дизайна одежды заключается в том, что:

1. Несмотря на то, что концепции, существующие в дизайне одежды, находятся в русле основных проблем дизайна своего времени. Общие тенденции воплощаются в очень большом разнообразии авторских концепций (разные дизайнеры по-разному относятся к функции вещи, являются сторонниками разных концепций гардероба, прибегают к разным способам формообразования, предназначают свою одежду людям, ведущим разный образ жизни, и т.п.)

2. Концепции находят свое воплощение в визуальной форме. Традиции сезонного ритма смены моды привели к тому, что основной формой реализации творческой концепции в дизайне одежды является демонстрация моделей - модный показ. Концептуальность проявляется не только в самих моделях одежды (хотя это самое важное), но и в создании определенного образа (прическа, грим, манера движения), музыкальном оформлении и месте проведения показа.

Дизайн одежды — одно из направлений дизайн-деятельности, целью которого является проектирование одежды как одного из элементов предметной среды, удовлетворяющей соответствующие материальные и духовные потребности человека.

Дизайн костюма тесно связан с таким широким понятием, как мода. Прежде всего, мода – это временное господство определённого стиля над остальными. Мода – культурное, социальное явление, которое подвержено циклическим изменениям. Именно она определяет нашу одежду, идеи, взгляды, поведение и даже образ жизни. Зачастую мода обозначает самую непрочную и быстро проходящую популярность. Мода влияет на искусство, литературу, кухню, архитектуру, развлечения и многое другое. Также она включает в себя такое важное понятие как эстетический идеал той или иной эпохи. Например, во времена П.-П. Рубенса ценились пышные формы в женской фигуре, в эпоху Возрождения - осветленные волосы, а XXI век очаровала анорексичность.

Ранее мода могла не меняться на протяжении тысячелетий; например, как мода египетской цивилизации. Но сейчас мир как никогда раньше открыт новизне. И мы уже говорим о сезонных изменениях моды. О тенденциях сезонов весна-лето, осень-зима.

И именно мода диктует какая у нас должна быть фигура, прическа, цвет волос, макияж, как и во что мы должны одеваться.

Мода приносится в нашу жизнь обществом и выражает чужое мировосприятие. В то время как стиль – это способ самовыражения и личный почерк.

Мода существует внутри стиля. Ее изменения подчинены циклическому ритму. Стиль выражает стремление к вечному, мода – к прекрасному мгновению.

Индивидуальный стиль отличает одного человека от другого человека. Он складывается на основе индивидуальных особенностей

личности. Стиль формирует одежда, манеры, образ жизни, возраст и вкусы. Таким образом, это понятие является более устойчивым, нежели мода.

Личный гардероб могут составлять как повседневные, так и вещи высокой моды.

Важным условием при этом является соблюдение правил базового гардероба. Это 7-10 универсальных предметов одежды, комбинируя которые, можно получить разные образы от делового до повседневного. Стоит только правильно расставить акценты и добавить аксессуаров. Базовый гардероб должен подчеркивать индивидуальность человека и скрадывать недостатки фигуры.

Творческая деятельность непосредственно связана с созданием и воспроизведением ряда образов, через которые осуществляется процесс передачи информации. Важно понимать, что Художественный образ — это образ искусства, который создаётся автором с целью наиболее полно раскрыть свой художественный замысел. И весь смысл этого художественного образа раскрывается лишь в коммуникации автора продукта и его потребителя. И конечный результат зависит от личности, целей и даже настроения самого потребителя, который столкнулся с этим художественным образом в данный момент времени. Поэтому, нередко, произведение искусства утрачивает свой смысл и со временем воспринимается совсем не так, как воспринимали его современники или даже сам автор в момент создания.

Костюм как внешнее оформление собственного «Я» в символах и знаках опосредованно фиксирует философские концепты, маркирует эстетические, психологические, нравственные предпочтения людей. Именно с помощью костюма представляется возможным отчетливее увидеть тот образ мира, который складывается в сознании и подсознании человека, в том числе - современного человека, раскрыть его представления о собственной роли и месте в этом мире.

Как универсальный и многогранный феномен костюм привлекает к себе внимание представителей различных отраслей гуманитарного знания: философов, культурологов, этнографов, социологов, искусствоведов, историков, экономистов, психологов, дизайнеров и др. Соответственно, существуют и различные подходы к анализу феномена костюма и его функций.

Сегодня можно выделить целый спектр разнообразных подходов. Основные направления исследования феномена костюма можно обобщить, учитывая, что одним автором могут рассматриваться различные аспекты.

Таковыми направлениями можно считать:

- философско-культурологический подход, ориентированный на осмысление общественной природы и ценностей, прежде всего моды и уже в ее рамках - костюма (начало ему положено в классических трудах Р. Барта, Г. Гегеля, Г. Зиммеля, И. Канта, А. Смита, Г. Спенсера, Э. Тейлора,

так и в исследованиях таких современных ученых, как И. Григорьева, А.Ю. Демшина, К.М. Кантор, М.А. Коськов, Э. Купер, Г.Н. Лола, Ю.М. Лотман, И.А. Манкевич, Л. Свендсен, В.И. Толстых, Р.Б. Фишман, Г. Шульц, З.Б. Элькина, М.В. Яковлева и др.);

- историко-искусствоведческий подход, связывающий историю костюма и моды с развитием художественной культуры и определенных событий того или иного исторического периода (К. Белл, П.Г. Богатырев О.Б. Вайнштейн, А.А. Васильев, ПЛ. Гнедич, Л.М. Горбачева, В.В. Ермилова, Д.Ю. Ермилова, Ш. Зелинг, Н.М. Каминская, Е.В. Киреева, Р.М. Кирсанова, Ф.Ф. Коммисаржевский, Е.А. Косарева, Ю.К. Леви-Стросс, М.Н. Мерцалова, Э. Тейлор, Д. Фрезер);

- социально-психологический подход, включающий рассмотрение зависимости моды и костюма от форм коммуникации в обществе, взаимоотношений его создателей и потребителей (А.Н. Андреева, И.А. Андреева, И. Блох, И. Богардус, Ю.Б. Боров, А.Б. Гофман, В. Зомбарт, М.И. Килошенко, П. Нистром, Б.Д. Парыгин, Л.В. Петров, Б.Ф. Поршневу, Ж. Тард, М.Н. Топалов, Д. Флюгель, Э. Фукс);

- теоретико-методологический подход в исследовании костюма, охватывающий проблемы проектирования и формирования образной системы костюма в контексте моды (С.Н. Беляева-Экземплярская, С. Блэк, Э.Болтон, Г.М.Гусейнов, Д.Джонс, Д. Диксон, В.В. Ермилова, Д.Ю. Ермилова, Т.В. Козлова, Ф.М. Пармон, Г.И. Петушкова, Р.А. Степучев, А.И. Черемных).

То, что костюм в системе культуры выступает как определенного рода знаковая система, отмечалось такими исследователями как П.Г. Богатырев, Т.В. Козлова, Ф.М. Пармон, Р.А. Степучев. Однако при этом внимание не акцентировалось на том, что любой знак - и костюм здесь не является исключением - двусоставен, т.е. состоит из означаемого и означающего. В этом отношении представляется целесообразным более точно определить само наполнение этих составляющих. Понимая костюм как знаковую систему, следует в качестве означающего рассматривать одежду, как совокупность «вещественных» элементов, а в качестве означаемого - концептуальную часть - идею, которая зрительно непосредственно не воспринимается и «проявляется» только посредством указывающего на нее означающего – одежды.

## **1.2. Методы проектирования костюма**

Творческий процесс создания одежды – это достижение единства формы и содержания. Под влиянием окружающей действительности у дизайнера возникает идея, которая воплощается в художественном образе. Образ идеи трансформируется в форму при проектировании. Чтобы достичь хороших результатов работы, дизайнеру необходимо обладать способностью видеть и четко формулировать задачу, вырабатывать оригинальные идеи, быстро придумывать решения заданной проблемы.



Весь процесс проектирования делится на 4 основных этапа: информационный и аналитический – исследовательская часть; синтетический и коммуникативный – практическая часть.

Работа дизайнера сложное явление и состоит из нескольких последовательных уровней:

1. Возникновение замысла и постановка задачи.
2. Определение творческого источника, сбор информации.

В творческом процессе очень важно ассоциативное мышление. Оно проявляется в преобразовании предметных, абстрактных и психологических ассоциаций в графические поиски решения объекта. Процесс творчества также связан со способностью абстрагирования. Абстрагирование – это мысленное отвлечение от ряда свойств предмета, выделение его главных особенностей.

3. Интенсивная работа, высокая концентрация. Использование различных методов эвристики и проектирования.

4. Передышка. Отвлечение от работы, чтобы через некоторое время опять вернуться к решению задач и оценить их свежим взглядом.

5. Озарение – получение окончательного оптимального решения.

6. Доработка, доведение работы до конца, обобщение, выводы, оценка, оформление.

Для решения поставленных задач необходимо обратиться к методам творческого поиска. Наука эвристика изучает продуктивное творческое мышление. Методы эвристики – методы интенсификации творческой фантазии. На данный момент существует большое количество методов творческого поиска, например, «мозговой штурм», метод синектики, метод коллективного поиска, метод наводящих вопросов, метод анализа, метод ассоциаций, инверсии, эмпатии, метод стратегии, перечень недостатков, метод карикатуры, преувеличения, метод поиска идеальной вещи и др.

Распространенные эвристические методы:

1. Метод аналогий – метод решения поставленной задачи. При этом методе используются аналогичные решения, взятые из народного костюма, национальной одежды, инженерных решений, произведений архитектуры и т.д. Дизайнер сталкивается с интерпретацией творческого источника и превращает его путем трансформаций в проектное решение.

2. Метод ассоциаций – один из способов формирования идеи. Он может дать наибольший эффект в том случае, если творческое воображение дизайнера обращается к разным идеям окружающей действительности.

3. Метод неологии является методом использования чужих идей, передового отечественного и зарубежного проектирования. Вообще мода основана на подражании. Поэтому каждое модное нововведение или

признак тиражируется специалистами и потребителями до тех пор, пока не наступит психологическая усталость.

4. Бионический метод заключается в анализе конкретных объектов бионики. Например, проанализировав механику крыльев насекомых, разработать новые формы запахивания, наложения верхней одежды, трансформации деталей.

5. Метод гиперболы, создания гротескного образа широко используется в современном модном эскизе, а так же в моделях некоторых дизайнеров одежды для создания наиболее выразительного образа (И. Мияке, Дж. Гальяно, А. Мак-Квин, Д. Ван Ноттен).

6. Комбинаторика – комбинирование различными способами форм и их элементов. Комбинаторика оперирует определенными приемами комбинирования: перестановкой, группировкой, переворотом, организацией ритмов. Виды комбинаторных поисков: создание сложной формы, создание фактуры.

7. Трансформация – метод превращения или изменения формы используемой при проектировании одежды. Трансформация разделяется следующим образом: превращение одной формы в другую (например, длинная юбка стала короткой при помощи кулисок; складная сумка), трансформация деталей внутри одной формы (например, концы воротника завязываются вокруг шеи). Процесс превращения может носить бесконечный характер, то есть вариантов изменений можно придумать много. Таким образом, изделие не надоедает, и срок его ношения продлевается, что говорит о хорошем дизайне.

8. Метод модульного проектирования. Модуль – единица меры, исходная единица измерения, которая повторяется и укладывается без остатка в целостной форме. Кратность – укладываемость модуля без остатка, позволяет собирать различные формы и обеспечивает их взаимозаменяемость. В модульном проектировании одежда разного ассортимента обычно собирается, как из кирпичей – из уже готовых элементов. Модули имеют простые геометрические формы, чтобы при соединении получались капюшон, из жилета куртка, из коротких рукавов – длинные. Главная особенность модуля в дизайне одежды – то, что он обрабатывается «чисто» с лица и с изнанки. Важным является выбор способа соединения простых модулей в виде квадратов, треугольников, ромбов, кругов. Важно правильно подобрать для модулей ткань, которая позволила бы сшивать и выворачивать сложные фрагменты. С помощью модульного метода можно изменять форму изделия, его назначение, ассортимент.

9. Кинетизм – вид художественного творчества, в основе которого лежит идея движения, любого её изменения, относится к методу трансформации. Метод кинетизма заключается в создании динамики форм, декора, рисунков тканей. В дизайне одежды метод кинетизма используется в профессиональных показах: в динамике

трансформирующихся деталей костюма, в применении светящихся объектов, крутящихся или движущихся элементов костюма. Кинетизм дает возможность создать мощную динамику внутри статичной формы.

10. Метод деконструкции заключается в новом подходе к моделированию одежды. Он представляет собой свободное манипулирование формой и посадкой изделия на фигуре, отказ от норм хорошего вкуса. Впервые метод деконструкции применили японские дизайнеры, затем бельгийские и французские художники. Они использовали асимметричный крой, деля конструкцию на левую и правую половины; оставляли необработанные неровные края одежды; делали случайные разрывы и прорезы; выворачивали швы наружу, вытачки налицо; нарушали традиционную технологию.

Процесс творчества – это поиск единства формы и содержания. Иногда при решении творческой задачи применение традиционных методов проектирования не дает новых интересных решений. Используя различные методы проектирования, дизайн одежды предлагает новые пути развития. Важна активизация творческого поиска в проектировании, направленная на развитие творческого проектного мышления дизайнера и на интенсификацию самого процесса проектирования.

### **1.3. Основные понятия эргономики в дизайне костюма**

Пропорции человеческой фигуры интересовали художников, философов и педагогов на протяжении последних 20-ти веков и более.

В эпоху Возрождения, анатомия человека стала предметом детального исследования, и художники стали участвовать в поисках значимых математических отношений между размерами разных частей тела. Были изобретены комплексные подходы для определения «идеальной фигуры» (рис.1). С тех пор сотни таких подходов были разработаны с использованием различных частей тела в качестве единиц измерения, в том числе головы, лица, ноги, предплечья, указательный палец, нос, позвоночник и так далее. Но, поскольку ни один подход не был универсальным, т.к. нельзя отрицать очевидный факт, что все люди разные, эти подходы представляют интерес только для классиков. Принятые идеальные пропорции фигуры также меняются от одного поколения к другому. Ежегодно учеными проводятся антропометрические исследования с целью выведения новых закономерностей развития тела современного человека.

Самый распространенный метод измерения пропорций— использование высоты головы в качестве единицы измерения для относительных замеров различных частей тела. Средняя цифра составляет семь голов, но диапазон между шестью и восемью головами тоже считается нормальным.

При рисовании детей, вы обнаружите, что голова занимает гораздо большую долю от всей высоты. Голова новорожденного ребенка

составляет около четверти от общей высоты, а длина ног гораздо меньше. Но когда ребенок растет, ноги увеличиваются в длину гораздо больше, чем другие части тела по отношению к общей высоте корпуса, так что голова становится пропорционально меньше.

В детстве мужские и женские формы тела очень похожи. Форма среднего тела взрослого мужчины в основном диктуется размерами мышечной массы, в то время как фигура средней женщины зависит главным образом от размера жировых масс. Когда девочки достигают половой зрелости наблюдается увеличение жировых отложений в очень специфических местах, чтобы придать округлость груди и бедер взрослой женщине.

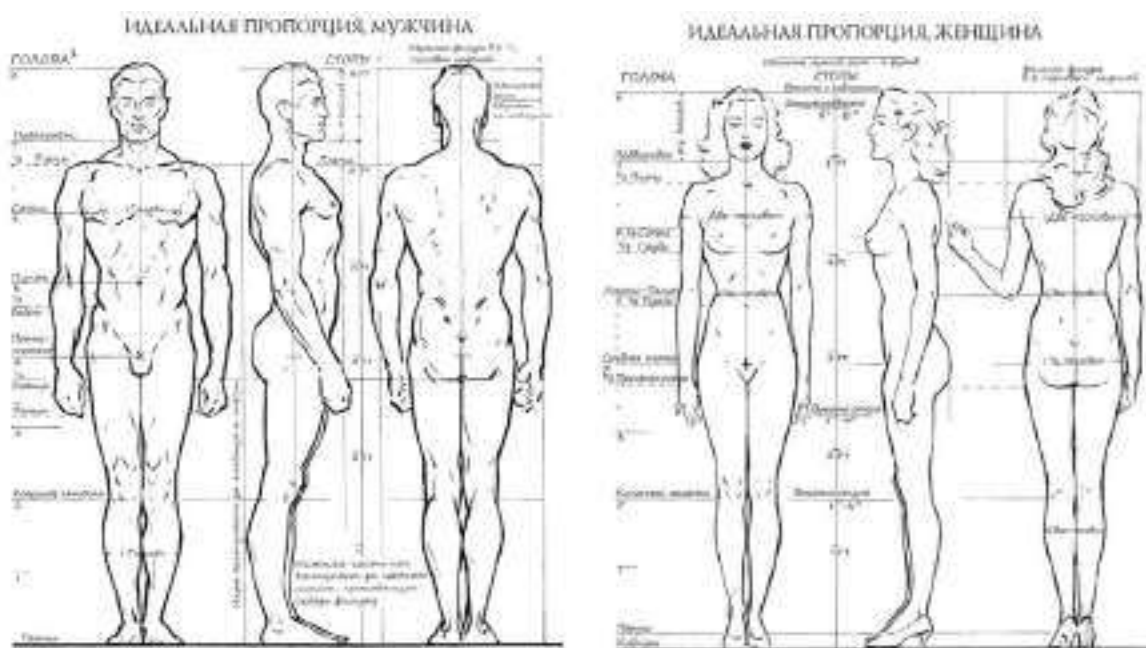


Рис.1 Пропорции

Оба пола имеют запасы высоко на спине между лопатками, которые проявляются при ожирении людей обоих полов сгорбившимися плечами и короткой шеей. Тем не менее, другие места скопления жира у полов разные. Избыточный вес мужчины больше характерен для талии, чем для бедер. Лишний жир у мужчин хранится выше тазобедренной кости сзади по обе стороны от позвоночника и на верхней части живота. Женщины с избыточным весом, напротив, как правило, больше набирают на бедрах, чем на талии. Их основные участки хранения жира: нижняя часть живота, ягодицы и бедра, а также грудь и спина между лопатками, как и у мужчин (рис.2).

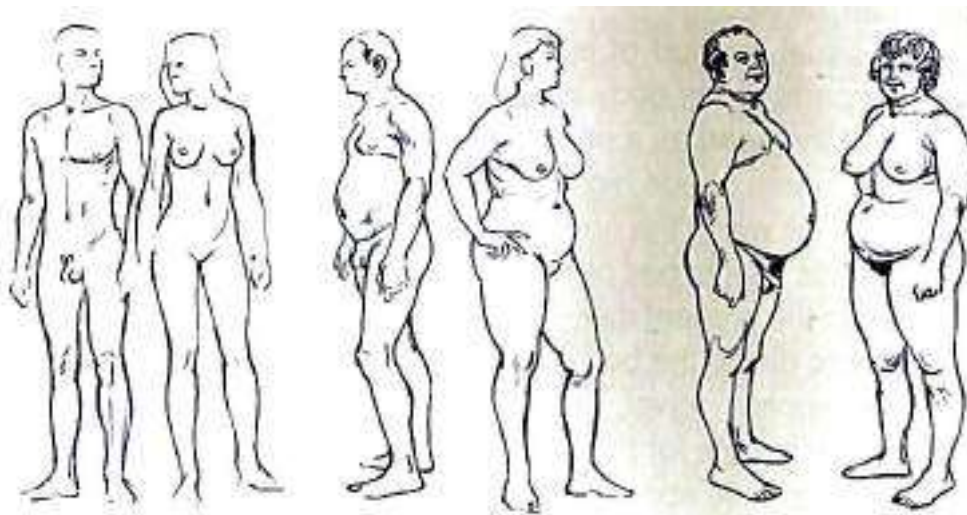


Рис.2 Распределение жировых отложений

Основные типы телосложения классифицируют по нескольким системам. Немецкий врач Э. Кречмер нашел зависимость психологических особенностей от характерных черт определенного соматипа и выделил астеника, пикника, атлетика и диспластический тип.

Астеник характеризуется довольно хрупким телосложением с узкими плечами, длинными ногами, слегка удлинённым лицом и ростом выше среднего. При этом женщины такого типа могут быть и невысокого роста, их масса тела ниже нормы и тонкие кости – это неизменные черты.

Форма телосложения пикник отличается расплывшейся фигурой с жировыми отложениями и небольшим ростом. И мужчины, и женщины такого типа чаще других страдают проблемами ожирения.

К форме атлетик относятся женщины и мужчины среднего роста с крепким телосложением, широкими плечами и сильными мышцами.

К диспластической группе немецкий врач отнес людей с различными деформациями тела и бесформенным строением.

Геометрический вид – свойство формы, определяемое соотношением ее размеров по трем координатам пространства. Кроме того, геометрический вид характеризуется прямолинейностью и криволинейностью поверхности.

Силуэт – плоскостное однотонное изображение предмета, одежды.

Вместе с тем силуэт дает четкое представление об объемности одежды, так как он является проекцией объемной формы одежды на плоскость. Силуэт характеризует форму костюма. Форму костюма следует рассматривать как объемно-пространственную характеристику предметов (рис.3).

Важное значение приобретает силуэт в связи с развитием моды, так как для моды на определенном отрезке времени характерны определенные формы и, следовательно, силуэты одежды. Таким образом, силуэт является средством выражения моды, он дает возможность определить характерные изменения моды в костюме за определенный период времени.

Для более точной характеристики силуэта его сравнивают с теми или иными геометрическими фигурами:

- прямоугольный;
- трапециевидный;
- овальный;
- в виде двух треугольников с усеченными вершинами.

Силуэт можно классифицировать по степени прилегания изделия к фигуре:

• Полуприлегающий силуэт – силуэт одежды, которая, повторяя формы тела, как бы удалена от него на небольшое расстояние.

• Прилегающий – силуэт одежды, плотно прилегающий к телу и точно повторяющий его форму.

• Приталенный имеет несколько разновидностей, которые отличаются друг от друга характером прилегания к телу лифа и юбки, их формой. Для всех решений характерно плотное прилегание по линии талии, которая может акцентироваться поясом.

• Свободный – это силуэт одежды, которая держась на опорных конструктивных поясах (плечевом, линии талии) может совсем не соприкасаться с телом.

Силуэт может быть фронтальным и профильным.

Иногда силуэт по форме сравнивают с буквами: А-образный, Х-образный.

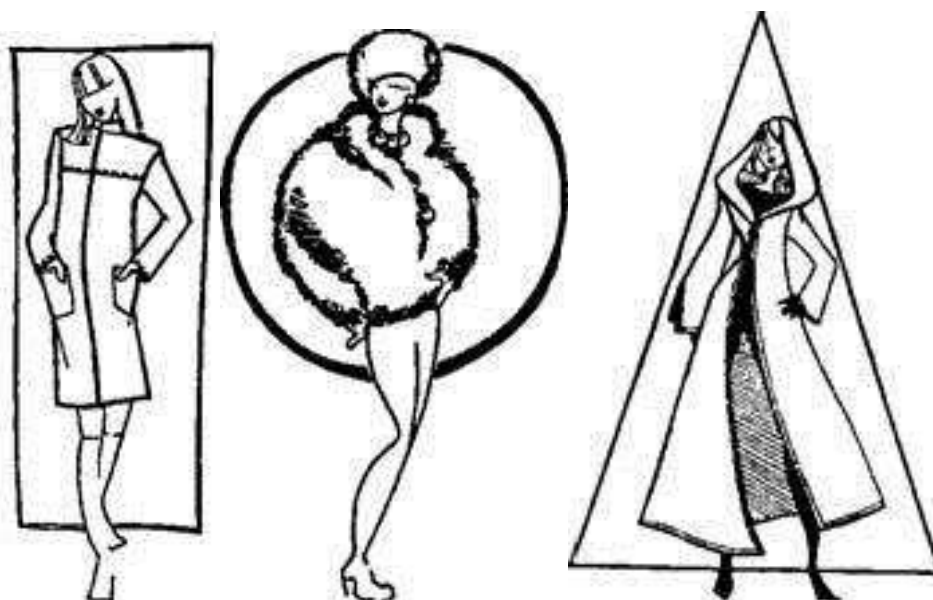


Рис.3 Форма костюма, в основе которой лежит геометрическая фигура: 1 – прямоугольник;  
2 – круг; 3 –треугольник



Рис.4 Виды силуэтных форм костюма: 1 – полуприлегающий; 2 – прилегающий; 3 – приталенный; 4 – свободный

Прямой силуэт - По геометрическому виду он близок к прямоугольнику или квадрату, в зависимости от соотношения вертикальных и горизонтальных размеров. Одежда прямого силуэта прекрасно подходит ко всем типам фигур, так как она успешно маскирует их возможные недостатки. В такой одежде линия талии не акцентируется и горизонтальные размеры примерно одинаковы на всех уровнях фигуры. Одежда прямого силуэта может иметь жесткий, скругленную форму, что определяется пластическими свойствами материалов, из которых изготовлен костюм.

Трапециевидный силуэт - характерен для расклешенной одежды. По геометрическому виду этот силуэт соответствует трапеции, у которой верхнее основание - это линия плеча, а нижнее - линия низа изделия. Чем больше разница между размерами этих оснований, тем больше степень расклешения. В этой силуэтной форме линия талии также не подчеркивается. Одежда трапециевидного силуэта с незначительным расклешением книзу визуально делает фигуру более стройной, поэтому такая форма может рекомендоваться людям полным и невысокого роста. Такой вариант трапециевидного силуэта называется еще «силуэтом-А»

Прилегающий силуэт - подчеркивает достоинства их фигуры. Под понятием «прилегающий силуэт» подразумевается две формы, которые принято называть «силуэт-Х» и «песочные часы». Обе эти разновидности имеют общие черты: плотно облегающий фигуру лиф, акцент на тонкий талии, подчеркнутой конструкцией изделия или поясом. Однако по своему геометрическому виду они значительно отличаются (рис.4).

«Силуэт-Х» напоминает две трапеции соединенные между собой малыми основаниями по линии талии. Такая одежда имеет заметный контраст между расширенными линиями плечевого пояса и низа

расклешенной юбки и тонкой талии. Одежда «силуэта-Х» хорошо подходит высоким стройным женщинам.

Изделия с силуэтом «песочные часы» имеют маленький облегающий лиф и узкую нерасклешенную юбку. Здесь маленький объем лифа сочетается с маленьким же объемом юбки, разделяясь линией талии. Этот силуэт не столь активен, как «силуэт-Х», и лучше всего подходит стройным женщинам невысокого роста, подчеркивая их миниатюрность и превращая ее в достоинство.

«Овал»: по сути дела он представляет собой модификацию прямого силуэта, но в отличие от последнего имеет округлую форму плеча и зауженную линию низа изделия. Таким образом, самая широкая часть одежды овального силуэта - это область талии и бедер.

Скругление плечевой линии может быть достигнуто различными способами — благодаря конструкции изделия (например, покрой реглан или полуреглан), использованием деталей определенной формы (например, крупный, высокий воротник или широкий воротник - стойка). В одежде такого силуэта плечевые подкладки либо вовсе не применяются, либо последние имеют круглую форму.

Сужение книзу можно получить за счет конструктивных деталей, например, вытачек или притачного пояса, или же стянув низ изделия шнуром или резинкой. Одежда силуэта «овал» не рекомендуется для женщин невысокого роста, так как визуально она «приземляет» фигуру.

В пределах этих силуэтов возможны их различные модификации. Например, одежда может сужаться и удлиняться, образуя, таким образом, более динамичную активную форму. Или, наоборот, при укорочении длины изделия и расширения его горизонтальных пропорций, одежда приобретает статичность, устойчивость. Вариации моделей на основе базовой силуэтной формы всегда зависят от эстетических и стилевых требований текущей моды.

Формообразование частей одежды осуществляется главным образом конструкцией. Чем сложнее конструкция, тем многообразнее могут быть линии, выражающие её. При решении одежды применяют линии прямые, кривые, вертикальные горизонтальные, короткие, длинные.

В одежде различают четыре основные группы линий: силуэтные, конструктивные, конструктивно-декоративные, декоративные.

Силуэтные линии – линии, создающие внешнее очертание, контур одежды. Они придают силуэту выразительность, определяют пропорции, способствуют раскрытию замысла, выражают направление моды. К силуэтным линиям в одежде относятся: линии талии, линия плеча, линия горловины, линия груди, линия бедер, линия низа.

Конструктивные линии. К ним относятся линии, соединяющие детали (швы) и линии, создающие форму (вытачки, складки).



Основными конструктивными линиями являются: плечевые швы, боковые швы лифа и юбки, шов по линии талии, швы втачивания рукавов и нижние швы рукавов, вытачки, рельефы, подрезы.

Конструктивно-декоративные – линии, которые обычно несут двойную нагрузку, то есть это конструктивные линии, но декоративно оформленные (строчкой, вышивкой, кантом, тесьмой и т. п.). В таком случае конструкция выполняет эстетическую функцию, она обогащает форму (это рельефы, линии кокеток, подрезов, отделанные строчкой, тесьмой)

Декоративные линии являются решающими при разработке фасона. К ним относятся линии, образуемые различными элементами отделки: вышивкой, кантами и т.п., обогащающими внешний вид модели. Декоративными можно считать и контурные линии деталей: воротники, лацканы, карманы.

Вертикальные линии выражают строгость, лаконичность, способствует зрительному удлинению фигуры.

Горизонтальные линии определяют устойчивость статичность модели, зрительно расширяют фигуру.

Диагональные линии выражают движение, динамику, характерны для построения одежды с асимметричными формами деталей.

Главные линии композиции организуют силуэт и форму, выражают замысел композиции.

Каждая рассматриваемая форма одежды, костюма состоит из следующих элементов:

- Геометрического вида формы в целом и ее частей.
- Величины формы в целом и ее частей.
- Массы формы и ее частей.
- Фактуры материала формы.
- Цвета и рисунка материала формы.
- Светотени.

Объемная форма - это границы, в пределах которых проявляется силуэт одежды.

Силуэт – плоскостное зрительное восприятие объемных форм одежды, четко ограниченных контурами. Но силуэт дает ясное представление и об объемном выражении одежды, так как, в сущности, является проекцией объемной формы.

Важное значение приобретает силуэт в связи с развитием моды, так как для моды на определенном отрезке времени характерны определенные формы и, следовательно, силуэты одежды.

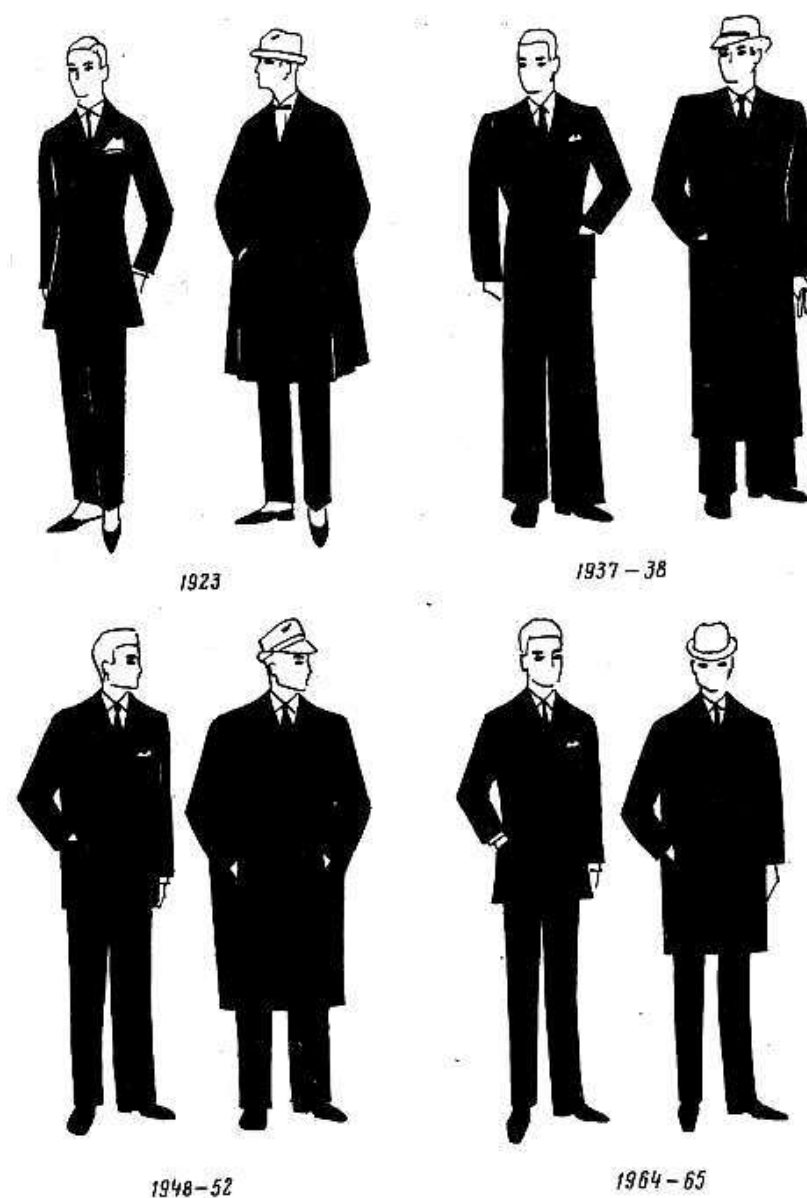


Рис.5 Изменение модных силуэтов в мужской одежде

Силуэт дает возможность определить характерные изменения моды в костюме за определенный период. На рис. 5 наглядно показано изменение модных силуэтов за последние десятилетия с 1923 по 1965 гг. в мужской одежде.

Масса – это зрительное весовое количество формы одежды в целом или ее отдельных частей: разворота плеч, величины груди, талии, бедер, рукавов и др.

Это свойство формы в одежде может изменяться по следующим направлениям:

1. С изменением формы по величине изменяется и ее масса, т. е. большей по величине форме соответствует большая масса.

2. Масса меняется в зависимости от степени объемности, плоскостности или линейности выражения формы. Максимальной массой будут обладать формы, приближающиеся по своим измерениям к форме

куба, квадрата. Минимальной массой обладают формы, приближающиеся к линейному выражению. На рис. 6 показаны зависимости изменения массы от вида формы. Таким образом, масса зависит от вида геометрической формы, силуэта одежды.

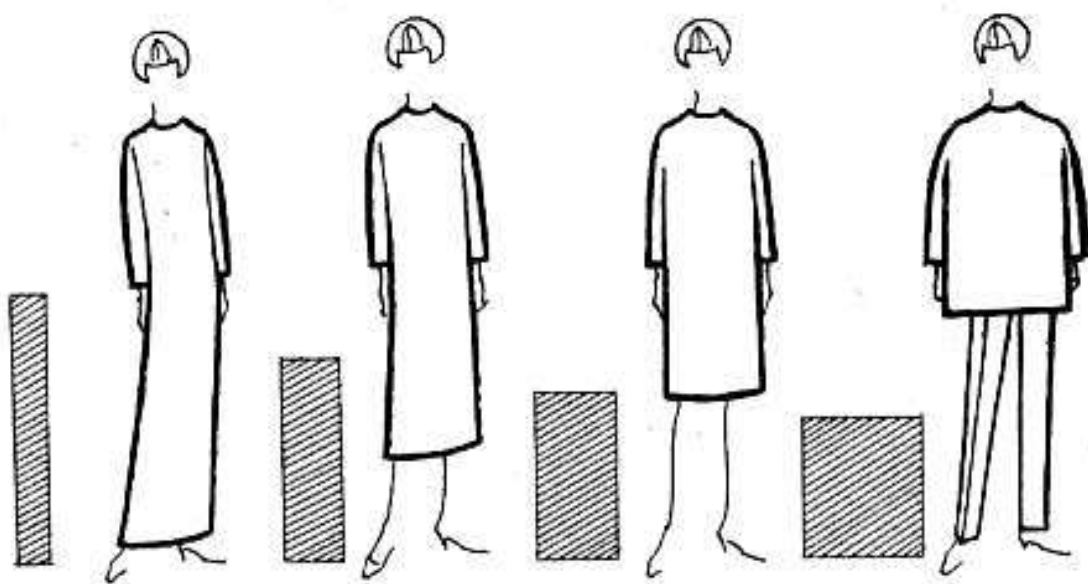


Рис.6 Изменение массы от степени линейности и объемности формы

3. Масса в одежде изменяется также в зависимости от степени заполнения формы в пределах ее границ конструктивными, декоративными линиями, деталями или отделкой (швы, строчки, пояс, карманы, пуговицы, кокетка и др.). Минимальная масса будет при наиболее разреженном заполнении, максимальная масса - при наибольшем заполнении формы одежды.

На рис. 7 показана зависимость изменения массы одежды от степени заполнения ее деталями и отделкой.

4. Изменение массы зависит от величины предметов или деталей, сопоставляемых с ней. Увеличение массы будет при уменьшении сопоставляемых с ней деталей и, наоборот, масса уменьшается при увеличении сопоставляемых деталей. Это изменение массы иллюзорное, а не фактическое и часто используется при моделировании одежды. Например, увеличение размеров деталей: воротника, карманов зрительно уменьшает массу пальто, платья. На рис. 8 даны примеры изменения массы одежды при сопоставлении ее с деталями.

5. Изменение массы формы в сторону увеличения или уменьшения зависит также от цвета, рисунка материала, из которого она сделана. Цвет обладает иллюзией различной тяжести, легкости, а рисунок дает различную степень заполнения поверхности материала формы одежды. На рис. 9 показана зависимость изменения массы от цвета и рисунка материала, из которого сделана одежда.

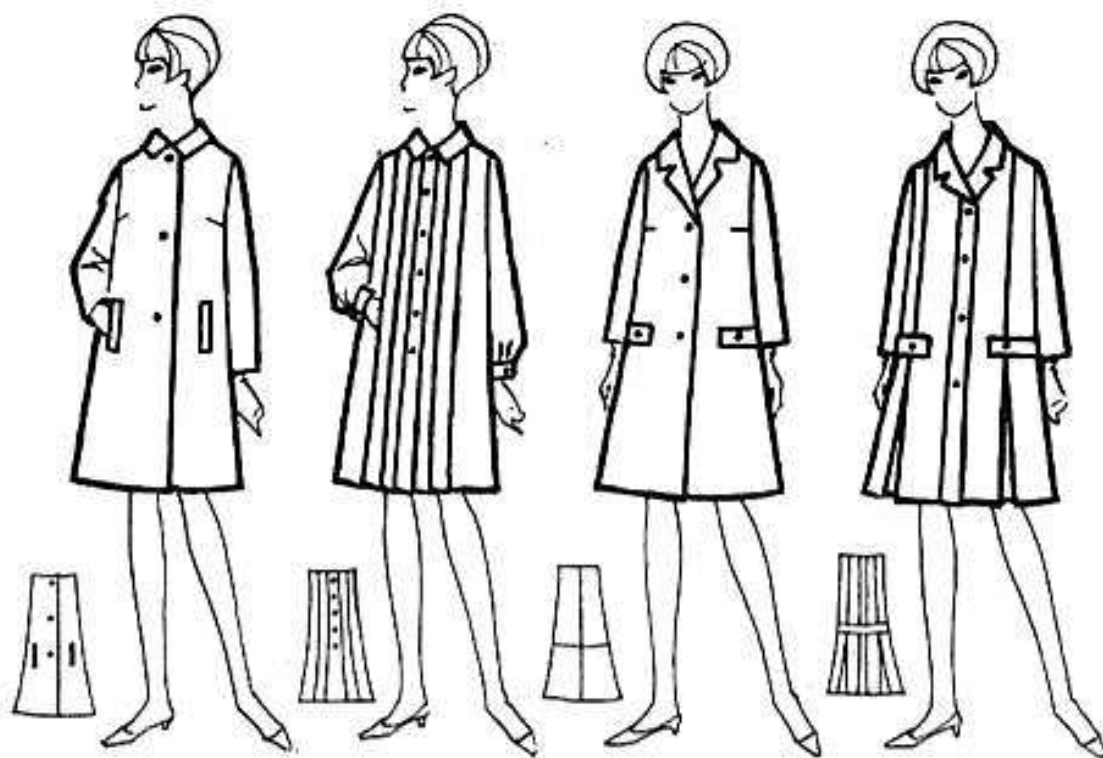


Рис.7 Изменения массы от степени заполнения ее отделкой

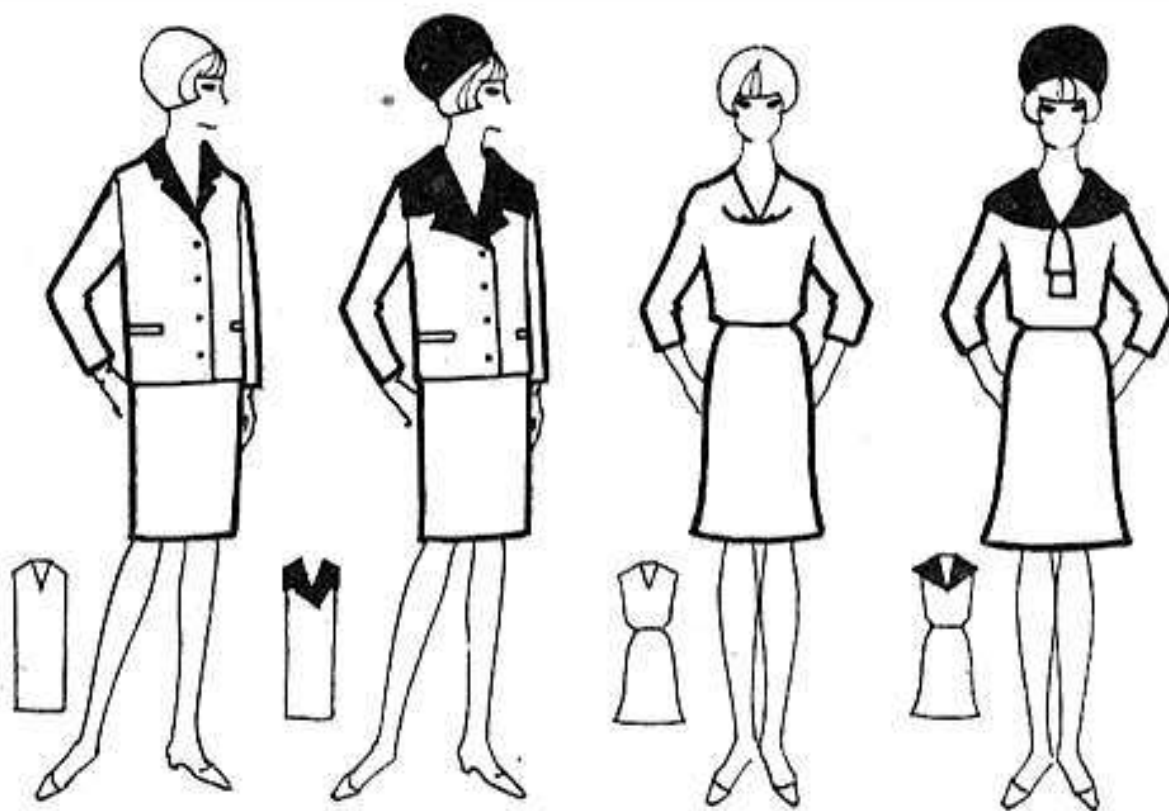


Рис.8 Изменения массы при сопоставлении ее с деталями.



Рис.9. Изменения массы от цвета и рисунка материала, из которого сделана одежда

#### 1.4 Средства гармонизации костюма

Приёмы гармонизации композиции костюма — это средства, которые делают костюм более сбалансированным, целостным. К приёмам гармонизации композиции костюма относятся:

- контраст, нюанс, тождество;
- масштаб и масштабность;
- симметрия, асимметрия, диссимметрия;
- динамика и статика;
- композиционный центр;
- соподчинение элементов;
- пропорционирование;
- соразмерность;
- ритм;
- пластика;
- гармония цвета.

Контраст — резко выраженное противопоставление форм, размеров, пластики, цветов, фактур, стилей и т. д. Наличие контрастных элементов в костюме делает его ярким и запоминающимся, неоднозначным. Например, контрастное сочетание различных рисунков ткани в одежде вносит ощущение динамики и движения. Но следует помнить о цельности всего образа — контрастность должна быть оправдана замыслом.

Нюанс — незначительное различие характеристик с элементами подобия. Нюансы в одежде могут проявляться в конструктивных линиях, деталях, цвете, фактурах и соотношении форм. Цветовые нюансы проявляются в сочетании разных оттенков и полутонов в общей колористической гамме костюма. Использование нюансов в сочетании вещей даёт большой простор для личного творчества.

Тождество — равенство характеристик форм, размеров, пластики, цвета, фактур. Оно является одним из наиболее важных приёмов гармонизации костюма. Самым простым примером тождества может служить мужской однотонный классический костюм. В таком костюме одновременно наблюдается как равенство фактур, так и равенство цветов всех его элементов. Тождество в композиции костюма может проявляться в повторении одной и той же детали или её свойства в разных элементах костюма. Распространенный пример тождества в костюме — сочетание нескольких вещей одинакового цвета. В 50-х годах XX века этот принцип комплектации костюма был очень популярен.

Масштаб — относительная величина предмета. На масштабе в композиции костюма строится очень многое. Величина каждого элемента композиции костюма определяет его соразмерность с другими элементами и гармоничность всей композиции в целом. С помощью правильного выбора масштабов вещей можно добиться создания уравновешенных пропорций. Примером использования этого приёма может также являться и применение в композиции костюма ткани разномасштабного рисунка.

Масштабность — соразмерность формы костюма и ее элементов фигуре человека. Масштабность определяет устойчивость и равновесие формы. Масштабность — это контраст форм, не доведённый до абсурда. Все формы, составляющие костюм, должны подчиняться реальным пропорциям фигуры человека. За счёт применения масштабности в композиции костюма может производиться визуальная коррекция фигуры человека. Например, классический костюм со свободным кроем и прямыми линиями силуэта может достаточно сильно скрывать полноту его владельца.

Симметрия — соразмерное, пропорциональное расположение элементов по отношению к центру или середине. Симметрия характерна для всего живого и неживого в природе: листьев, животных, кристаллов и т. д. Тело человека тоже построено симметрично. Симметрия является одним из наиболее важных средств достижения единства и художественной выразительности композиции костюма. Она широко используется для организации форм костюма и его декоративного оформления.

Асимметрия — отсутствие или нарушение симметрии. Асимметрия придаёт форме различную степень динамики, которая может быть как внутренней, так и внешней. С точки зрения динамики важно расположение

акцентов в костюме, а также зрительная уравновешенность всех его частей.

Диссимметрия – частичное нарушение симметрии. Любое отклонение в симметричной системе, устранение или добавление хотя бы мелкой детали, привлекает внимание. Вносит в композицию некоторую напряженность. Диссимметрия используется как художественное средство композиции в том случае, когда симметричные формы производят слишком строгое впечатление.

Динамика — неустойчивое положение формы в пространстве с элементами движения внутри формы при общей её статичности; вне формы в результате выхода в пространство деталей костюма, а также сочетание внутренней и внешней динамики с движением самой фигуры человека. Динамика обычно придаёт костюму лёгкость, подвижность. Она может быть свойственна некоторым элементам костюма и проявляться во всей его форме. Динамика в композиции костюма обычно достигается за счёт крупных рисунков, комбинаций тканей, асимметричности кроя, свободно закреплённых деталей костюма и др.

Статика — устойчивое положение формы в пространстве. Статика характеризуется равновесием частей формы. Как правило, костюм с вертикальной осью симметрии статичен. Статичный костюм обычно придаёт образу человека основательность, но вместе с тем лишает его некоторой лёгкости и динамики.

Композиция костюма – это сочетание всех его элементов. Все части одного образа должны подчиняться главной – центру композиции. Центр композиции привлекает к себе особое внимание. Он является главным акцентом, основным элементом, составляющим образ. Центр композиции может быть не единственным, их может быть несколько, но они обязательно должны быть связаны между собой единым стилевым решением. Если в костюме нет центра композиции, то он кажется незавершённым, в нём нет целостности, отсутствует гармония.

Соподчинение — подчинение второстепенных элементов композиции главному, или композиционному центру.

Важнейшим средством создания гармоничного образа являются пропорции. В основе гармоничных пропорций лежат определенные математические соотношения. Пропорции в одежде и фигуре предполагают членение по горизонтали. Самым известным примером гармоничной пропорции служит принцип золотого сечения, известный еще художникам и архитекторам античности. Пользуясь принципом золотого сечения, можно создавать в композиции костюма наиболее совершенные пропорции и устанавливать органичную связь между целым и его частями.

Соразмерность частей и элементов в одежде должна быть решена как гармоничное сочетание пропорций, где учтены соотношения объемов (количественные и качественные), цвета, формы, передачи ритма и пластики, движения или состояния относительного покоя, симметрии или

асимметрии. Органичная связь частей и целого — одна из отличительных особенностей искусства.

Ритм — чередование каких-либо элементов костюма, происходящее с определенной последовательностью, частотой. Ритм имеет огромное значение, так как определяет динамику формы, ее организованность и характер образа. Ритмы в костюме могут быть разного вида: лучевые, радиальные, спиральные, встречной направленности. На ритме в костюме строится очень многое: складки, фалды, воланы, сборки и т. д.

Пластика — это значимое свойство формы костюма, выражающее и раскрывающее его художественно-проектный образ. Пластическое движение формы костюма характеризуют линии, описывающие эту форму. Пластические линии различны по своим характеристикам: прямые, кривые, горизонтальные, вертикальные, диагональные. В пластике формы возможны как плавные, так и скачкообразные переходы от одного направления формы в другое. Пластическая организация формы костюма продумывается дизайнером на этапе эскизирования. Важнейшим фактором, определяющим пластику костюма, являются пластические свойства материалов, используемых для создания моделей. Ритмическая организация элементов формы должна согласовываться с пластической организацией силуэта. Поддерживание ритмических движений форм в костюме его пластическому характеру — одно из условий достижения цельности и выразительности образного решения формы. Пластическая организация костюма зависит от фигуры человека, конструкции изделия.

Гармония цветовых сочетаний — это совокупность комбинаций цветов с учетом насыщенности, светлоты и тона. Гармония цвета состоит из пяти основополагающих компонентов:

1) повторяемость целого в частях — выделение ведущего цвета и повторение его в разбеленных сочетаниях и затем смешивание с другими цветами. Но основной цвет остается ведущим;

2) соподчиненность частей с целым — объединение частей на основе их различия при выделении главного, второстепенного, дополнительного;

3) соразмерность частей в целом — оптимальное пропорциональное отношение элементов цветовой гаммы;

4) уравнированность частей — гармония контрастов, усиление каждого цвета при взаимодействии;

5) принцип единства — целостность всей структуры. По количеству основных цветов композиции могут быть: одноцветными (с множеством оттенков одного цвета); двухцветными (сочетание дополнительных, близких к ним или смежных цветов); трехцветными (сочетание цветов, расположенных на равных расстояниях друг от друга в цветовом круге или смежных цветов); многоцветными (сочетания цветов, образующих общую тональность цвета).

В работе художника и дизайнера интуиция, помноженная на знание, решает очень многие психологические задачи, связанные с цветом:



создание иллюзий, фактуры, пространства и светотени, создание эмоционального фона для восприятия, которое является первым этапом освоения предметно-пространственной среды человека.

### **1.5 Системы организации элементов костюма**

Производство одежды предполагает разработку обширного ассортимента изделий, различающихся внешним оформлением, функциональностью и используемыми материалами. Для этого необходим систематизированный подход к моделированию и проектированию одежды.

В контексте моделирования одежды понятие «художественная система» можно рассматривать как множество взаимосвязанных элементов, создающих целостный результат. При этом система характеризуется не только внешним, но и внутренним (содержательным) единством, что полностью соответствует конструктивным и функциональным требованиям.

Существует несколько вариаций художественных систем, используемых дизайнерами при проектировании и моделировании одежды.

Модель – единичный образец одежды, головного убора или другого изделия. Модель применяется в качестве эталона для серийного производства, когда планируется пошив одежды оптом. Это самодостаточный экземпляр одежды и может не входить в более обширные художественные системы.

Семейство – группа швейных изделий, раскроенных на единой конструктивной основе (чертежи ключевых деталей одежды – рукавов, спинки, полочек). Дизайнерский подход, предполагающий создание семейства моделей, обычно используется при промышленном выпуске одежды. Преимущества разработки семейства в том, что, меняя лишь отдельные детали конструкции (элементы декора, воротники, материалы и прочее), можно быстро разнообразить изделия в технологическом потоке. Благодаря этому обеспечивается выпуск широкого ассортиментного ряда при минимальных временных затратах, так как наибольшая часть времени уходит на создание конструкторской документации (моделирование, чертежи, лекала).

При разработке системы «семейство» обязательно учитываются технологические возможности предприятия. Результат творчества дизайнера должен удовлетворять требованиям унификации по ассортименту, взаимозаменяемости тканей, конструктивным основам одежды.

Гарнитур – несколько элементов костюма, выполненных в едином стиле (чаще всего из одного материала). Например, гарнитуры нижнего женского белья, пижамы, наборы «шапка и шарф» и др. Создание современной одежды в виде гарнитуров – это достаточно эффективный

дизайнерский подход, позволяющий стимулировать интерес покупателей (приобрести сумку и перчатки, выполненные в одном стиле).

Комплект – набор швейных изделий, составляющий костюм как единое целое. Комплект может включать в себя костюм и пальто, платье и пальто и т.д. Также комплект может объединять изделия, не имеющие общего стиля, но выполняющие единую функцию (например, «дорожный комплект одежды», «летний повседневный комплект»). Еще один вариант – функциональные комплекты одежды для конкретных целей (например, пошив корпоративной одежды, пошив спецодежды или производство униформы). Иногда элементы комплектов могут выпускаться разными предприятиями, что требует от них хорошего уровня согласованности. В отдельных случаях комплекты являются частью ансамбля – художественной системы более высокого порядка.

Ансамблем в среде модной одежды называют сочетание предметов и элементов одежды, составляющих общее художественное целое. В сравнении с комплектом, это более высокий уровень художественного творчества. Некоторое время данный термин применялся лишь как аналог «гарнитуров» в случаях, когда предполагался подбор гармоничного комплекта из одежды, головного убора, обуви и прочих элементов, обладающих единым художественным замыслом. В настоящее время значение слова «ансамбль» расширилось, и может применяться с дополнительными определениями (например, «праздничный ансамбль» – образ, соответствующий конкретной жизненной ситуации). Очень часто дизайнеры создают модели для показов именно как ансамбли для каких-либо ситуаций или определенного образа жизни в целом.

Коллекциями называют несколько швейных моделей (у известных модельеров – до десятков), объединенных общей идеей или отвечающих единой тематике (например, «городской стиль», «унисекс», «русский стиль»). Коллекции разрабатываются для определенных сезонов (осень-зима, весна-лето), а различные элементы коллекций обладают схожим цветовым оформлением.

В настоящее время актуальны авторские коллекции дизайнеров и коллекции от Домов моды, разрабатываемых несколькими специалистами. Создаются такие коллекции для двух ведущих линий – от кутюр и прет-а-порте.

Термин «от кутюр» (Haute Couture), в переводе с французского означающий «высокое шитье», объединяет единичные высокохудожественные изделия. Такие коллекции одежды ультра-класса относят к категории «высокая мода». Haute Couture — это престижный официальный статус, которым могут пользоваться только те Дома, которые входят в состав Палаты (Синдиката) Домов высокой моды. Коллекции «от кутюр» демонстрируются два раза в год во время Недель высокой моды.

Коллекции прет-а-порте (фр. *pret-a-porter* или англ. *Ready-to-Wear*), что в переводе значит «готовая к носке», – это одежда от именитых дизайнеров, которая тиражируется для реализации в производстве. Такие коллекции выпускаются в разных вариациях, начиная с группы «люкс» (4-5 единичных экземпляров), и заканчивая качественной одеждой для серийного производства. Модели прет-а-порте раньше назывались *confection* (готовое платье). Именно в таких коллекциях острее всего чувствуется мода сезона.

Байеры, занимающиеся закупками для бутиков и модных магазинов, «отслеживают» на показах коллекции прет-а-порте, отвечающие концепции развития торговых организаций, представителями которых они являются. Байеры делают заказы фирмам на выбранные ими модели одежды и определяют будущий тираж моделей, выпускаемых к новому сезону.

Коллекции одежды разделяются по сезонам:

- Весна-лето (SS);
- Осень-зима (Fall);

Сезонные коллекции показывают на неделях моды в Милане, Париже, Нью-Йорке, Берлине и других столицах мировой моды.

- Крузизные коллекции (*Cruise resort*);

Крузизные коллекции относятся к разряду межсезонных. Ее презентация проходит в мае-июле, в конце осени модели поступают в продажу. В крузизных коллекциях гораздо меньше моделей, чем в основных показах.

- Предварительная осенняя коллекция (*Pre-fall*).

Еще один вид межсезонных коллекций. Они представлены только в каталогах и никогда не появляются на показах. Данные модели поступают в продажу в июне, и являются отображением того, что будет в основной коллекции.

Коллекции одежды делятся на несколько типов:

- авторские;
- перспективные;
- промышленные;
- специальные.

Авторские коллекции демонстрируют индивидуальную творческую концепцию дизайнера. Авторскими коллекциями могут быть коллекции высокой моды, так и коллекции класса «прет-а-порте», представленные признанными мастерами мира моды. В таких коллекциях демонстрируется индивидуальное видение мира, пропущенное через призму авторского стиля; создается неповторимый новый образ, оригинальный и выразительный.

Перспективные коллекции. Несут в себе концепцию развития моды (чаще всего на будущий сезон). Они демонстрируют новые тенденции развития и стиля. К этой группе относятся коллекции «от кутюр»,

представляющие новые концепции ведущих домов мод и коллекции прет-а-порте, разработанные ведущими дизайнерами. В перспективных коллекциях показываются новейшие идеи в работе с конструкциями, особенностями кроя, технологиями изготовления моделей. Они всегда образны, эмоционально насыщены, представляют новые формы, силуэты, пропорции в костюме.

Промышленные коллекции развивают и отрабатывают перспективные тенденции, продемонстрированные ранее в коллекциях класса прет-а-порте. Процесс адаптации новых стилей и тенденций моды к массовому производству проходит некоторый период (от одного года до двух лет). Такие коллекции представляют модели, рассчитанные на внедрение в производство. Они содержат актуальный ассортимент изделий, предназначенных для массового производства. Промышленные коллекции отличаются от перспективных и авторских коллекций нюансным решением новых форм, отсутствием резких силуэтов, стремлением смягчить непривычный образ «будущей» моды. Для их создания используются испытанные варианты кроя, апробированные решения комбинирования разнофактурных тканей, не демонстрируются резкие образы. Промышленная коллекция всегда требует унификации и стандартизации.

Промышленные 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.

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. В раздел специальных коллекций входят такие, как капсульная и лимитированная.

Лимитированная коллекция (от англ. Limited edition) — коллекция с ограниченным выпуском продукции. Эта коллекция состоит из эксклюзивных и дорогих в производстве моделей и может выходить в рамках каких-либо проектов — социальных, экологических и т.д.

Капсульная коллекция — это самостоятельная отдельная коллекция какого-либо демократичного бренда. Она составляется специально приглашенным дизайнером из другого модного дома или какой-то знаменитостью, пожелавшей участвовать в выпуске модной одежды. И дизайнерские вещи становятся доступными по цене (mass-exclusivity). Благодаря такой коллекции марка может увеличить количество продаж. Вещи из капсульной коллекции отражают общую идею, и выпуск их весьма ограничен. Термин «капсульная коллекция» имеет и второе значение: набор базовых вещей, состоящих из юбки, брюк, жакета, платья,

пары сумок и туфель. То есть минимум вещей, необходимых в нашей повседневной жизни.

В зависимости от назначения коллекция может принадлежать к одной из групп:

- «индивидуальный гардероб» (для индивидуального клиента);
- «массовая» (для массового производства);
- «групповая» (для определенной группы людей или спец. назначения, форменная, фирменная).

Современная одежда делится на ассортиментные группы в зависимости от различных факторов, например, полового признака и возраста; способа изготовления; сезона; назначения; стиля.

Половозрастное деление одежды. В современной одежде можно выделить следующие ассортиментные возрастные группы: мужскую (для мальчиков) и женскую (для девочек), одежду для взрослых, детей и подростков (15-18 лет).

Одежду для взрослых делят на три возрастные группы: младшую (18—29 лет), среднюю (30—45 лет) и старшую (старше 45 лет).

Всех детей условно делят на 6 возрастных групп:

О - грудничковая (0-1 год);

I – ясельная (1-3 года);

II – дошкольная (3-6 лет);

III – младшая школьная (7-11 лет);

IV – старшая школьная, подростковая (12-15 лет);

V – юношеская (16-18 лет).

В отличие от формы одежды для взрослых, форма детской одежды не столь зависит от смены модных тенденций, особенно в младших возрастных группах. Силуэт и пропорции одежды для детей во многом определяются возрастными изменениями телосложения, модные тенденции проявляются в рисунках и фактурах ткани, в цветовой гамме.

По способу изготовления. Одежда делится на кроеную, вязанную, комбинированную.

Деление одежды по сезону. Одежда традиционно делится на летнюю, зимнюю и демисезонную (для весны и осени).

Деление одежды по назначению. Современная одежда делится на бытовую, спортивную, производственную, зрелищную, форменную, нарядную, повседневная, для отдыха, для дома

В зависимости от использования в костюме одежда подразделяется на белье, платье и верхнюю одежду.

Одежда подразделяется в зависимости от того, как она крепится на фигуре: плечевая, нагрудная, поясная.

## **1.6. Зрительные иллюзии**

При создании модели одежды художник-модельер учитывает не только закономерности цветовых сочетаний, но и рисунок ткани, за счет

которого могут создаваться зрительные иллюзии. Зрительные иллюзии – это искаженное восприятие глазом действительности.

Зная законы зрительных иллюзий, можно зрительно изменить фигуру человека: уменьшить или увеличить, расширить или сузить, скрыть какие-то недостатки.

Замечено, что частые горизонтальные полосы зрительно расширяют фигуру и делают ее ниже. Редкие же вертикальные полосы зрительно уменьшают ширину и увеличивают высоту фигуры.

Если необходимо зрительно расширить плечи, можно вырез горловины платья сделать глубоким, причем острый угол выреза горловины должен быть обращен вниз.

Расширение бедер можно сделать за счет применения острого угла кокетки юбки платья. Острый угол в этом случае направлен углом к линии бедер.

Поскольку платье должно подчеркивать достоинства фигуры, смягчать ее недостатки, следует умело использовать закономерности зрительных иллюзий.

Ведь с помощью цвета можно зрительно увеличить или уменьшить рост и объем фигуры, скрыть недостатки телосложения, а также изменить оттенок кожи, увеличить интенсивность цвета глаз, волос, лица. Цвет влияет на гигиенические свойства одежды и на работоспособность человека.

Основные типы иллюзий

- 1.Оптико-геометрические иллюзии
- 2.Иллюзии переработки информации
- 3.Иллюзии, связанные с особенностями строения глаза.(Слепое пятно.)
- 4.Оптическое воздействие цвета.
- 5.Иллюзии восприятия размера( явление иррадиации)
- 6.Иллюзии контраста и цвета.

В образе современной женщины все больше замечен отход от естества природы и повышение роли модного оформления. Важную роль в восприятии современного идеала красоты играет внешнее впечатление соразмерности, пропорциональности фигуры, гармоничности роста и полноты, отсутствие ярких дефектов фигуры. Такое впечатление может быть достигнуто с помощью одежды.

Одежда имеет значение не сама по себе, а на определенном человеке. Человеческая фигура далеко не всегда идеальна. Для достижения идеала в фигуре выделяют желаемые очертания, а если выделить нечего, то создают их видимость, а невыгодные особенности фигуры попросту маскируют, скрывают. Это – самый простой путь. В таких случаях фактически получают другие очертания, и это, собственно, не является зрительным обманом. Большая часть приемов гармонизации дефектов и особенностей фигуры относится к такому типу приемов. Другого рода задача возникает,

когда физически форму изменить невозможно, в этом случае необходимо использовать зрительные иллюзии, именно они могут помочь сделать полную фигуру более стройной, дать кривую линию там, где на самом деле прямая. В то же время, если не знать и не принимать в расчет законы зрительного восприятия, то при определенном соотношении частей одежды и фигуры может возникнуть впечатление, которое совершенно испортит композиционный замысел. Знание законов зрительного восприятия и зрительных иллюзий позволит избежать этого.

Иллюзии могут быть обусловлены несколькими причинами:

1. Физические причины. Ими, например, обусловлены все факты, когда, вследствие отражения или преломления лучей, мы видим предметы не в том направлении, в котором они находятся.
2. Физиологические причины связаны с особенностями устройства человеческого глаза. Сюда же относятся особенности мускульных движений глаза.
3. Психологические причины. К ним относится восприятие смысла целой фигуры, направление внимания, понимание перспективы и влияние прошлого опыта.
4. Иллюзии, обусловленные цветом, ведут к изменению восприятия не только формы, но и цветового впечатления. Как правило, такие иллюзии появляются за счет использования эффекта усталости глаза к цвету.

Примеры оптических иллюзий, которые можно использовать при проектировании одежды:

1. Иллюзия Мюллер-Ляйнера, или принцип схождения и расхождения линий. Она была открыта в 1889 году. Иллюзия Мюллер – Ляйнера заключается в том, что линия, на концах которой поставлены обращенные внутрь углы, кажется гораздо меньше, чем равная ей линия, у которой стороны на концах обращены наружу. Расстояние, заключенное между углами или ограничительными линиям имеет тенденцию сжиматься, казаться меньше, когда линии на концах сближаются, и, наоборот, увеличиться, растянуться, когда линии на концах расходятся. Движение глаза «внутри» в случае схождения стрелок вынуждает нас думать, что линия становится короче, а движение глаза «наружу» в случае расхождения стрелок, что линия удлиняется (рис.1).

Иллюзия Мюллер-Ляйнера может быть использована в одежде для зрительного изменения пропорций фигуры на нужных участках. Если линии, идущие от головы, скошены вниз, а линии, идущие от ног, скошены вверх, то фигура кажется короткой. Если же линии, идущие от головы, скошены вверх и наружу, а от ног скошены книзу, получится впечатление более высокой фигуры. В современном костюме активно применяются наклонные линии и диагонали, с помощью которых можно достигнуть эффекта, который дает иллюзия Мюллер – Ляйнера.

2. Иллюзия Вундта и иллюзия Геринга. Иллюзия Вундта — это оптическая

иллюзия, впервые описанная немецким психологом В. Вундтом в XIX веке. Суть иллюзии состоит в том, что две вертикальные линии являются прямыми, но для наблюдателей они могут выглядеть искривлёнными внутрь. Искажение создаётся за счёт пересечения этих прямых косыми линиями. Иллюзия Геринга — оптическая иллюзия, обнаруженная немецким физиологом Э. Герингом в 1861 году. Две вертикальные линии на рисунке прямые, но они выглядят отклоняющимися наружу. Искажения создаются за счёт фона, образованного прямыми, пересекающимися в одной точке.

Аналогичный, но инвертированный эффект производит иллюзия Вундта.

Используя иллюзию Вундта в одежде, можно сделать так, что прямая линия будет казаться вогнутой. Соответствующее расположение придает некоторую стройность полной фигуре и может более четко выразить талию. Иллюзия Геринга дает обратный эффект. Если поднять всю иллюзорную фигуру Геринга выше линии талии, то она создаст впечатление объема в области груди или плеч.

3. Иллюзия заполненного промежутка. Во многих случаях зрительное впечатление зависит от того, что заполненное расстояние кажется больше, чем равное ему незаполненное. Промежуток, заполненный деталями или разделенный на части, кажется больше при известной величине делений или деталей, чем пустой и неразделенный. Прямоугольник, заполненный поперечными полосами, кажется выше и уже, чем прямоугольник, заполненный продольными полосами. В первом варианте вертикальная сторона разделена и кажется больше, во втором варианте — горизонтальная. Однако переоценка заполненного промежутка происходит не во всех случаях. Заполненный промежуток, кажется больше, только если деления достаточно многочисленны и находятся близко друг от друга. Если делений немного и они недостаточно часты, иллюзия исчезает и может наступить обратное явление. Суждение о том, что в платье с продольными полосами человек кажется выше и тоньше, справедливо только при достаточно широких промежутках. Иллюзию заполненного промежутка можно применить в тех случаях, когда нужно удлинить или сократить рост, ширину талии или плеч. Нужно избегать нагромождения деталей на той части фигуры, видимые размеры которой не стоит увеличивать, поскольку, если направить внимание на какой — либо предмет, он будет казаться еще больше.

4. Иллюзия контраста фигуры на фоне (иррадиация). Светлые предметы на темном фоне кажутся больше, чем равновеликие темные предметы на светлом фоне. Черный квадрат на белом фоне будет казаться меньше такого же по размеру белого квадрата на черном фоне. Иррадиация тем сильнее, чем более светла и блестяща иррадирующая поверхность. Одна и та же женщина будет казаться толще и больше в светлом платье и меньше и стройнее в темном. Руки в белых перчатках



кажутся больше, черная обувь визуально уменьшает размер ноги. Светлые и блестящие ткани зрительно увеличивают размер фигуры. Если боковые части одежды выполнить из ткани темного цвета, а центральную часть из светлой ткани, то полная фигура будет казаться более стройной.

Зрительные иллюзии также можно применить для создания эффекта «разрушения формы», отвлекая этим внимание от проблемных участков фигуры, но сохраняя общий силуэт костюма.

5. Иллюзия переоценки острого угла. Расстояние между сторонами острого угла кажется больше, чем оно есть на самом деле, а расстояние между сторонами тупого угла недооценивается. В основном это касается оформления горловины. Широкий треугольный вырез горловины делает широкие плечи уже, а узкий и длинный, наоборот, расширяет.

6. Иллюзия контраста. Этот вид иллюзии рассмотрим на примере контраста форм, размеров и пластического рисунка. Маленькая форма рядом с большой еще больше уменьшается, а большая форма в окружении малых кажется еще больше.

В дизайне костюма эта иллюзия используется очень широко. Например, в большой шляпе голова будет казаться меньше, чем в маленькой; тонкая шея, окруженная широким вырезом горловины, будет казаться еще тоньше, худая рука в широком рукаве - еще уже, а сильно затянутая талия при широких бедрах сделает их еще шире.

7. Иллюзия подравнивания (ассимиляции). Суть этой иллюзии в том, что "подобное повторяется подобным", когда линии, размеры и формы повторяются. Например, квадратный вырез горловины подчеркивает квадратный подбородок, узкий вырез горловины еще сильнее сужает узкое лицо, горизонтальная линия кокетки расширяет широкие плечи.

Иллюзия полосатой ткани

Выбирая расположение полос на полосатой ткани (вертикальное или горизонтальное), можно, например, придать полной фигуре стройность, учитывая ширину, частоту и ритмичность полос.

При сложном расположении полос (например, под углом) важно учесть, что углы, образуемые встречными полосами, направленными острием вверх, сокращают ширину бедер полной фигуры. Углы, направленные острием вниз, наоборот, зрительно расширяют бедра, даже если сделать вертикальную вставку посередине.

8. Иллюзия сокращения объема при делении фигуры по вертикали контрастными по цвету тканями. Эта основанная на асимметрии иллюзия, к примеру, может создаваться тем, что левая половина костюма белая, правая - черная, левый рукав - черный, а правый - белый. Благодаря делению по вертикали можно сократить объем полной фигуры, придав ей некоторую стройность и динамичность.

9. Иллюзия пространственности при постепенном сокращении, сжатии, уменьшении рисунка ткани. Такой эффект наиболее часто

встречается в моделях стиля "оп-арт". Например, крупная клетка постепенно становится меньше и как будто уходит в пространство. Причем та часть, на которой расположена крупная клетка, кажется больше и объемнее, чем та, на которой клетка становится меньше.

Поэтому если Вы не хотите привлекать внимание к какой либо части фигуры, не располагайте на ней участки ткани с крупным рисунком. Лучше расположите мелкий узор, а крупный, нарастая, мягко переведет внимание на другую часть фигуры.

10. Иллюзия психологического отвлечения. Если мы хотим скрыть определенный недостаток фигуры, то внимание лучше направить на другое место в одежде или же подчеркнуть достоинства внешности. Например, при "тяжелом" низе фигуры внимание лучше привлечь к декоративному оформлению шеи, плечевого пояса и т.д.

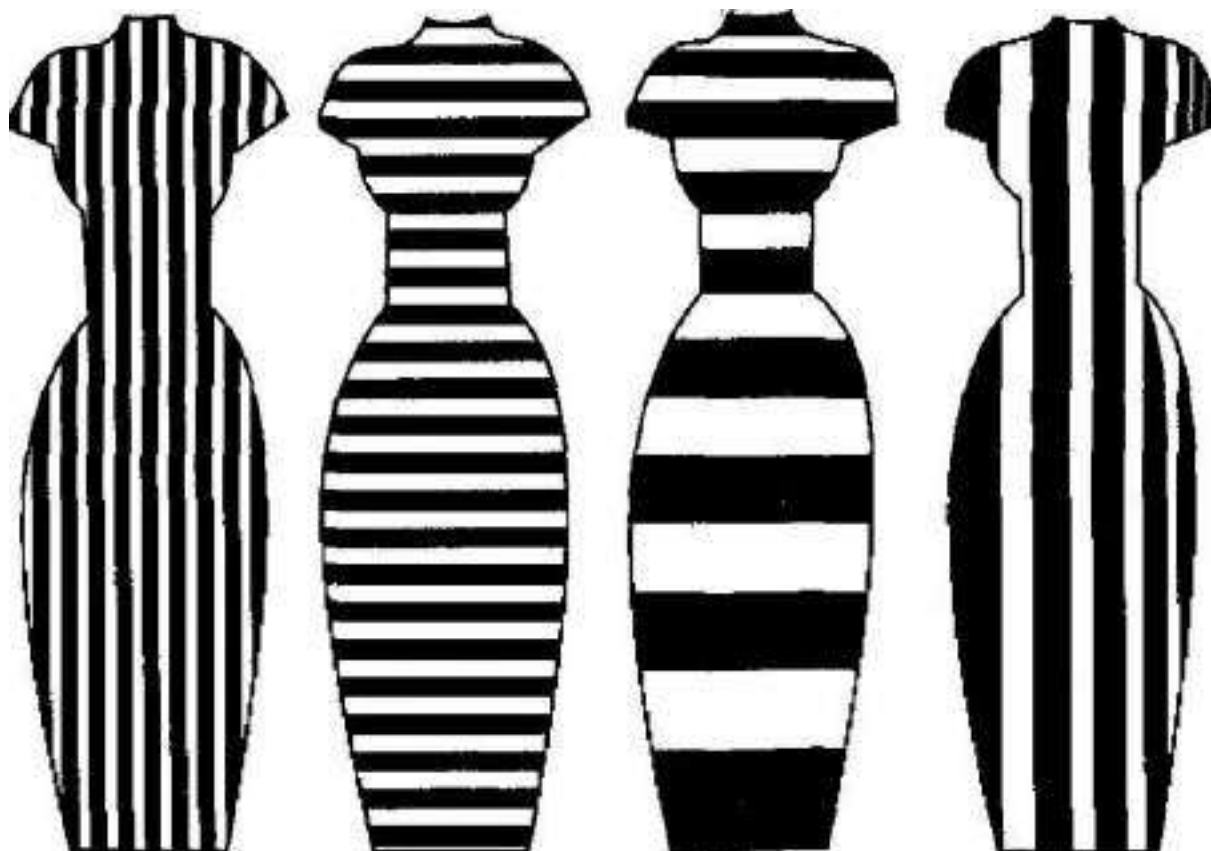


Рис. 10. Оптические иллюзии в костюме

## **2. Этапы разработки коллекции одежды**

### **2.1. Роль модных тенденций в индустрии моды**

В ходе проектирования коллекции важно учитывать современные стилевые направления и модные тенденции, так как это позволит сделать проектируемую модель актуальной и востребованной для потребителя. Мода в костюме – это смена форм и образцов одежды, которая происходит в течение сравнительно коротких промежутков времени. Под воздействием современных модных тенденций дизайнеры ищут вдохновение и создают коллекции. Мода – это смена форм и образцов одежды, которая происходит в течение сравнительно коротких промежутков времени. Мода отражает уровень развития общества на каждой его ступени. Для прошедшего XX-го и начавшегося XXI-го столетия характерны бурные темпы, стремительные перемены буквально во всех отраслях жизни. Поэтому и мода идёт в русле требований своего времени: она мобильна, целесообразна, удобна и практична.

Цикличность моды дает возможность прогнозировать моду. Прогнозированием называют специальное научное исследование перспектив развития явления. Прогноз – научно обоснованное суждение о возможных состояниях объекта в будущем или об альтернативных путях и сроках их осуществления.

Виды прогнозов различаются по времени: оперативные (на 1 мес), краткосрочные (на 1 мес. – 1 год), среднесрочные (на 1 год – 5 лет), долгосрочные (на 5–15 лет), дальнесрочные (более чем на 15 лет).

Актуальность прогнозирования моды вызвана потребностями промышленности: необходимостью планировать объемы производства, учитывать возможность появления новых модных образцов и осваивать новые технологии, разрабатывать новые конструкции и т.п.

В моделировании одежды прогнозирование моды также имеет важное значение. Проектирование новых изделий изначально включает в себя момент прогноза. Объектом проектного прогнозирования является вещь. Прогнозирование будущих модных тенденций в дизайне одежды включает в себя выявление цветовой палитры сезона, анализ аксессуаров, текстильный прогноз.

Можно выделить два принципиально различных подхода к прогнозированию моды: фаталистический (формальный) и интуитивный. Первый связан с прогнозированием отдельных модных объектов. В дизайне одежды – это прогнозирование ее формы и структурных элементов. Этот подход называется «формальным», так как исследуется именно форма костюма. В этом случае метод прогнозирования моды основан на изучении закономерностей изменения структуры формы костюма во времени как наиболее устойчивого признака моды в отличие от мобильных элементов костюма (цвет, орнамент, отделка). Для выявления этих закономерностей проводится анализ развития форм

костюма на протяжении определенного отрезка времени. Структура формы костюма достаточно информативно может быть представлена одной из трех простейших фигур — прямоугольником, трапецией или овалом. Также в виде одной из трех фигур — трапеции, прямоугольника, овала — представляются основные элементы костюма (юбка, лиф, рукава), учитываются длина и ширина этих элементов. На основании этих данных строятся графики изменения длины изделия и площади проекций формы, расположения линии талии и выявляется взаимосвязь между ними. Затем строится сводная теоретическая или формализованная «модель моды» — модель ритмического движения модных форм в костюме — и определяются циклы моды. Выявленные тенденции развития формы костюма экстраполируются в будущее, и прогнозируется структура формы костюма в нужный проектировщику отрезок времени, т.е. определяется, в какой момент повторяются те или иные силуэты. По подобной схеме пытаются прогнозировать и цвет в костюме. Таким образом, фаталистический прогноз осуществляется по схеме:

- Анализ форм костюма.
- Определение механизма пульсации.
- Выделяется знак, который упрощает картину.
- Строится график и получают закономерность, которую продолжают в будущее.

Формальный подход не учитывает возможности создания новых объектов одежды, новых технологий и тканей. Ограничивает свободу творчества дизайнера.

Более плодотворным является другой подход к прогнозированию моды, ориентированный на все структурные компоненты моды в целом — интуитивный. Прогнозируются различные аспекты образа жизни людей и их потребности. Новая вещь начинается именно с требований потребителей, создателем новой вещи (и новой моды) является потребитель, поэтому прогнозирование моды тесно связано с прогнозированием социальных потребностей.

Интуитивный подход к прогнозированию модных тенденций ориентирован на моду в целом:

- Прогнозирование направлено на изменение эмоционального восприятия образа женщины.
- Прогноз связан с анализом изменений происходящих в обществе, с изменением потребностей.
- Проводятся опросы по темам: мода, кино, музыка и стиль жизни. Исследуются страхи и мечты.
- Изучается структура и характер деятельности индивидуума или социальной группы.

Данный прогноз учитывает изменения, происходящие в обществе и делает прогноз направленный в будущее, а не основанный на прошлом. Актуален как для дизайнеров, так и для модной индустрии в целом.

В фирмах и агентствах, которые занимаются прогнозированием, есть специалисты – «тренд-скауты» или «тренд-хантеры». Они изучают стихийную моду улицы, посещают все модные места, премьеры, места скопления большого количества людей, выявляя новейшие тенденции, например, в нетрадиционных способах ношения одежды, сочетании элементов, предпочтении определенных стилей.

Существует три категории трендов:

- Классика (то, что всегда остается в моде).
- Модный «каприз» (тренд быстро появляется и быстро «умирает»).
- Модный цикл (периодически возрождающиеся тренды – то, что было модно давно).

Фазы модного цикла:

- Инновация (лидеры моды платят дорого за модную одежду).
- Рост (все больше людей покупают новые тренды).
- Ускорение (тенденции копируются другими брендами).
- Принятие большинством (заметно везде, максимальный пик продаж).
- Спад (скидки, новые тренды).
- Умирание (отсутствие на рынке).

Также предсказать будущие модные тенденции можно, внимательно проанализировав последние коллекции тех дизайнеров одежды, которых считают авангардистами в моде.

Прогнозы составляются специальными организациями. Одним из таких предприятий является Парижское Бюро стиля и Бюро тенденций. Такие организации предлагают клиентам единый бюллетень – сводку с анализом тенденций и актуальными рекомендациями.

Самое главное в прогнозе моды – это определение ключевых тем сезона. Их чаще всего бывает пять. В них не упоминается о модных силуэтах, структурных элементах костюма или отделке. Ключевые темы отражают эмоциональный настрой сезона, общую концепцию грядущего времени, демонстрируют иной взгляд на привычные вещи.

## **2.2. Источник творчества дизайнера. Стилизация.**

### **Трансформация**

Создание костюма – материальное выражение чувств, результат работы фантазии и интуиции. В творческом процессе важны эмоциональная составляющая и ассоциативное мышление. Дизайнер одежды может трансформировать, преобразовать в костюм: мотив, фрагмент чего-либо или источник целиком. Важно умение анализировать, выделять главные особенности объекта, понимать возможности развития и его существования во времени и пространстве. Процесс современного творчества всё больше связан не только с эмоциональным чувством, но и со способностью человека к абстрактному мышлению.

Ассоциативное мышление – важный аспект творческого процесса. Способность художника (дизайнера) к такому мышлению является основой творчества. Ассоциации могут быть любые: предметные, абстрактные, психологические, ирреальные.

Работа с творческими источниками актуальна в течение всего периода обучения дизайнера и будет сопровождать его всю жизнь.

Творческими источниками при проектировании одежды могут быть любые явления природы, события в обществе, предметный мир, искусство, всё, что окружает, интересует и вдохновляет дизайнера. К. Диор говорил: «Все, что я знаю, вижу или слышу, все в моем существовании превращается в платья». Каждый источник творчества обладает только ему присущими признаками, которые могут натолкнуть модельера на создание оригинальной идеи.

Перспективными и часто используемыми являются литературные произведения и кинематограф. Литература и кино – важный источник для понимания духа времени и обстоятельств, сопутствующих какой-либо эпохе, событиям. Образы, созданные посредством синтеза литературы и кинематографа, несут в себе особый смысл для дизайнера костюма. Могут подтолкнуть к попытке создания новых форм, цветовых экспериментов и конструктивных поисков.

Народные промыслы, как источник вдохновения выглядят вполне закономерной тенденцией: использование ручного труда или его имитация придают одежде дополнительный лоск и обаяние.

Политические события в мире так же влияют на моду и вдохновляют на создание новых идей и образов.

Находясь в ритме жизни «каменных джунглей», дизайнеры все чаще обращаются к теме природы, как к источнику вдохновения. Земля, вода, цветы, деревья, животные, воздух и многое другое вдохновляет модельеров на создание очередной коллекции.

Принт, состав, фактура материала с которым приходится работать, непременно, вдохновляют на новые идеи, формы и тенденции. Струящиеся ткани дают широкий простор для фантазии кутюрье, позволяя творить на основе складок, воздуха и легкости, а плотные ткани дают простор для работы над сложными конструктивными формами.

Одним из главных творческих источников для создания костюма всё в большей степени становится сам костюм.

Работа с костюмом как с творческим источником на старших курсах – постоянная профессиональная тренировка для того, чтобы мыслительный аппарат дизайнера был настроен в определенном направлении. Этому помогает предпроектный анализ.

Для создания современного костюма необходимо понять стилистику, идею, проанализировать концепцию источника. Анализ творческого источника обязательно должен быть вербализован. Это позволяет точно отобрать стилеобразующие факторы, оставить необходимое и отодвинуть

ненужное. Результат проектирования может быть приближен к источнику, а может уйти от него достаточно далеко. Это зависит от степени стилизации и трансформации.

Стилизация источника творчества – это формализация объемно-пластических, колористических и графических мотивов, их упрощение, обобщение в целях достижения желаемого смыслового и декоративного впечатления, художественной выразительности. Существуют два основных метода стилизации.

К первому относится метод заимствования, т.е. прямой перенос наиболее явных визуальных признаков стиля в целом или отдельного объекта на проектируемую вещь, сознательное использование дизайнером признаков того или иного стиля при проектировании изделия. Часто такой перенос осуществляется в области декоративного оформления (пластического, колористического, текстурного). Он не затрагивает сущности конструкции и формообразования.

Второй метод стилизации – это творческая переработка: обобщение изображаемых фигур и предметов с помощью условных приемов.

Любая стилизация начинается с анализа изучаемого объекта. Первое, на что следует обратить внимание, – это форма или силуэт источника творчества. Оценивая силуэт необходимо постараться приблизить его к геометрической фигуре: треугольнику, кругу, овалу и т.д.

Следующий шаг на пути стилизации – обобщение наблюдений и приведение сложной формы через упрощение к более простой структуре. Для этого необходимо выявить ритмическую организацию внутри формы источника творчества, сохранив соразмерность его частей.

Трансформация – это преобразование, изменение, превращение каких-либо уже существующих форм или объектов в новые, ранее не существовавшие. В искусстве создания костюма трансформация – один из основных приемов появления новых форм, стилей. Существуют следующие приемы трансформации: перенос, соединение, слияние, обобщение, типизация подобных и близких форм и их свойств.

С позиции идей трансформации в каждой формообразующей части конструкции присутствуют четыре момента: выбор исходной формы, расчленение ее на элементы, преобразование этих элементов и получение конечного результата. Различные графические приёмы моделировки формы позволяют создать зрительную иллюзию подчеркивания, усиления объёма, его преобразования или разрушения графическими средствами композиции. Чаще всего используют такие графические приемы как:

- растр – изображение, получаемое с помощью точек (например, точечные приёмы передачи формы предмета);
- тангир – тоновые растяжки, получаемые путем сочетания линий различной толщины или одной толщины, но расположенных на разных расстояниях относительно друг к другу;

- абрис (граф) – линейная обводка внешнего очертания (контура, силуэта) фигуры;
- валёр – тоновые градации;
- маур – рисунок с волнообразными градациями тона (эффект перелива серых тонов);
- текстурирование – изобразительный приём имитации особенностей различных материалов.

Применение деформаций формы помогают автору увидеть различные вариации форм будущего изделия: дуга; арка; выпуклость; флаг; волна; рыба; скручивание и т.д.

Изобразительные эффекты могут совершенно изменить характер творческого источника, сделав его наиболее выразительным: набрызг; процарапывание; контурная обводка; краевой контраст; имитация; искажение; стилизация и т.д.

В процессе изучения источника творчества, анализа модных тенденций, работы с графическими зарисовками и образцами материалов, фурнитурой происходит создание «moodboard» – «планшета идей», представляющего коллаж в электронном варианте или созданный вручную. «Планшет идей» дает представление о стиле, авторских инспирациях, направлении, палитре цветовой гаммы, особенностях материалов, фурнитуры и т.д.

Создание успешного «moodboard» основано на творческом анализе большого количества информации, полученной посредством посещения библиотек, музеев, выставок, ярмарок, фотографирования, просмотра журналов, фильмов, сайтов Интернета, наблюдения за людьми, необходимых для формирования реального представления о том, как одеваются отдельные группы потребителей. При составлении коллажа необходимо стремиться к последовательности и организованности многочисленных композиционных элементов. При произвольном расположении цветовой палитры на планшете должно быть не более 5-6 цветов. Профессиональные примеры «moodboard» и правильного расположения цветовых палитр представлены в журналах «International Textiles», «View», «Vogue» «Ателье», фотохостинге Pinterest.

### **2.3. Эскиз как основа проектирования костюма**

Предварительные зарисовки способствуют сбору информации, анализу накопленного материала. Это помогает более глубоко раскрыть тему задуманного. На основе чего у дизайнера возникает образное, оригинальное решение будущего костюма или коллекции, которое воплощается в эскизах.

Фор-эскиз – это фиксация первоначальных замыслов модели одежды, образ будущего костюма. В котором определяются пропорции и силуэт, ритмическая организация и образность подачи. Это средство диалога дизайнера со зрителем, конструктором, заказчиком.



Эскизирование – графический этап работы дизайнера над проектированием модной одежды. Умение грамотно и ясно изобразить придуманную модель на бумаге или компьютере – важное качество профессионала.

Удачный эскиз уже является самодостаточным произведением искусства. Несмотря на незначительные размеры, он обладает всеми качествами, присущими большому художественному произведению – образностью, согласованностью и соподчинённостью элементов, цветовой гармонией.

Выразительность – одно из основных условий, предъявляемых к эскизу. Для достижения данного требования дизайнеры сознательно изменяют и утрируют пропорции фигуры человека и костюма, порой доводят образное решение до гротеска. Такие деформации фигуры и отдельных деталей костюма помогают преподнести новый образ с точки зрения авторской задумки, привлекают внимание зрителя к новым предложениям, интересуют его. Важна степень стилизации рисунка. Она зависит от техники исполнения и вида эскиза, назначения одежды, образа модели, принадлежности к возрастной группе. Степень стилизации должна быть одинаковой для элементов одного эскиза или серии. Нельзя подходить с одинаковыми мерками к различным эскизам. Выбирая тот или иной прием стилизации, нужно обязательно учитывать такие факторы как:

- назначение изображаемой одежды,
- ее принадлежность к определенной возрастной группе,
- образ модели,
- вид и назначение эскиза.

Различают несколько видов эскизов костюма в зависимости от их направленности, реалистичности, художественной проработки. Фор-эскизы – быстрые предварительные рисунки будущей формы костюма с приблизительным изображением ее основных признаков;

- творческие эскизы – изображения моделей или коллекции, выполненные на бумаге большого формата с достаточно детальной прорисовкой не только общей формы одежды, но и отдельных ее элементов;
- рабочие эскизы – рисунки-схемы, точно передающие силуэт, пропорции и детали костюмной формы, а также ее конструктивную основу. Они показывают путь к ее воплощению замысла в условиях современного производства;
- рекламная графика (fashion-иллюстрация) – графическая продукция, призванная привлечь потребителя к пропагандируемой модели или коллекции.

У каждого из этих эскизов своя задача, свой уровень технического мастерства, определенный набор формальных приемов, позволяющих максимально выразить идею формы с художественной и технической позиций.

Для более конкретного выражения своего замысла дизайнеру необходимо свободно владеть графическими приемами и изобразительными средствами, а дизайнеру XXI века – современными компьютерными программами. Дизайнер должен показать возможность воплощения его идеи в реальный костюм в условиях современного производства. Свобода творчества появляется, когда изучены его постулаты. Их необходимо знать любому дизайнеру. Знание, опыт, мастерство, интуиция, фантазия и художественный вкус – слагаемые достижения совершенства в любом направлении художественного творчества, где фор-эскизное рисование не является исключением.

Основная задача фор-эскиза – фиксация первоначальных представлений автора о форме костюма, поэтому изначально он представляет собой лаконичный черно-белый рисунок, выполненный при помощи линий и пятен такими графическими средствами, как карандаш, фломастер, черная тушь или чернила и т. п. Основным средством художника является линия, возможности которой безграничны. Хороший рисовальщик превращает линию в мощное средство эмоционального воздействия на зрителя. Когда художник хочет отобразить общий колорит, пластическое движение цветовых пятен будущей модели. В этом случае фор-эскизы выполняются в цвете акварелью, гуашью, темперой, цветными карандашами или фломастерами. Цвет является одним из сильных средств эмоционального воздействия. Он имеет наибольшую активность, создает первое впечатление. Каждая из техник обеспечивает свой иллюзорный эффект передачи материалов изображаемых костюмов. Сочетание различных приемов выполнения эскиза позволяет разносторонне и наиболее полно раскрыть замысел костюма уже на первоначальном этапе его создания.

Графические средства и приёмы художественного изображения могут быть самыми разнообразными. На их выбор влияет содержание проекта, особенности форм костюма, индивидуальность автора, его способности. Рисунок должен быть лёгким, свободным, лишённым геометрических построений. Ценится совершенство и оригинальность исполнения, соблюдение композиции.

При разработке эскизов важно сохранить единство в многообразии.

Контраст также воздействует на зрителя. Это борьба двух противостоящих. Костюм, решенный на контрастных сочетаниях цветов, особенно заметен, обостряет восприятие. В художественно-графических разработках должны быть отражены:

- концепция автора;
- источники творчества;
- образное решение проектируемых моделей одежды;
- связь с перспективным направлением моды;
- назначение, ассортимент, стилевое решение;
- законы композиции, гармонии цветовых сочетаний;

- композиционный центр;
- творческие методы проектирования.

Самое тонкое из средств организации композиции костюма – нюанс. Цвета с мягкими переходами дают огромное количество живописных оттенков.

Фактура зрительно обогащает, придает свойства. В зависимости от фактуры один и тот же цвет воспринимается по-разному. Число фактур материалов должно быть ограничено – это обеспечивает цельность композиции костюма или коллекции.

Фор-эскиз обычно изображает одежду на фигуре человека, благодаря чему художник дает зрителю полную информацию и о характере формы костюма, и о ее пропорциях, масштабности, и об образной выразительности, и даже о манере поведения человека в этой одежде. Фор-эскизы побуждают художника к дальнейшей проработке идей коллекции, уточнению конструктивных особенностей, выбору швейных материалов для изготовления коллекции с учетом их пластических свойств, фактуры, требований моды.

При разработке коллекции необходимо сделать творческие эскизы на все костюмы в отдельности и аксессуары, кроме того, завершающий общий эскиз коллекции в виде многофигурной композиции.

Эскизы, используемые в оформлении плакатов и журналов отличаются от фор-эскизов и называются fashion-иллюстрацией (рекламная графика). Изображению костюма на плакате свойственна символическая и обобщенная трактовка, большая контрастность, так как оно должно восприниматься на расстоянии. Fashion-иллюстрация отличается подробностью изложения, может давать довольно точную информацию о деталях формы и конструкции костюма, орнаментации тканей и т.п.

После того как художник нашел и отразил в творческом эскизе оригинальную идею будущего изделия, он должен показать, как его идея может быть воплощена в условиях современного производства. С этой целью выполняется рабочий эскиз, который дает полное представление о композиции и конструкции разрабатываемой формы. В рабочем эскизе подробно изображается конструктивная схема изделия: линии покроя и все членения, которые строят форму. Этот эскиз всегда ориентирован на ту или иную пластику материалов, из которых задуманная форма должна быть изготовлена. Но не стоит путать рабочий эскиз и технический рисунок.

Чтобы представление обо всех особенностях конструкции изображаемого костюма было как можно более полным, на рабочем эскизе изделие показывается в различных ракурсах: вид спереди, сзади, сбоку. Если модель имеет сложные и оригинальные детали, они изображаются на конструктивном эскизе в виде укрупненных фрагментов. В рабочем эскизе

изделие может быть показано как на фигуре, так и без нее в виде линейно-конструктивной схемы.

Подобный эскиз содержит необходимую информацию, как для заказчика, так и для конструктора и технолога, призванных решить задачу создания костюма на техническом уровне.

## **2.4 Дизайн-конструирование и выполнение проекта в материале**

При проектировании новой модели одежды создаются несколько интерпретаций ее изображения, чтобы избежать недопонимания между дизайнерами, конструкторами, производителями и потребителями:

- Фор-эскиз;
- Творческий эскиз;
- Рекламная графика;
- Технический рисунок.

В *дизайнерском эскизе* изображение модели стилизованное и создает несколько утрированный образ, который представляет проектируемое изделие и фигуру как стиль. В нем важны: манера ношения костюма, поза, различные аксессуары, насыщение объемами, передача многослойности конструкции, членение формы диагоналями и горизонталями и т. д. Распространенным видом изображения является – ***технический эскиз модели***, который представляет собой рисунок изделия на условно-типовой фигуре, с четким определением всех конструктивных особенностей модели, с использованием сетки базисных линий, что позволяет произвести более точный расчет расположения конструктивных швов, деталей, карманов и т. д.

Существует и множество других рисунков и иллюстраций, каждый из которых имеет определенную функцию и несет в себе информацию о проекте.

Один из самых важных видов иллюстраций является ***технический рисунок***, используемый в процессе разработки модели для визуального представления изделия. Он точно передает силуэт, пропорции, конструктивное решение и детали и представляет собой четкие, аккуратно прорисованные линии, несущие единый смысл.

Технические рисунки – это форма визуального общения между дизайнером и производителем. Они широко используются во всей швейной промышленности, для разработки дизайна коллекции, в производстве (техническое описание модели) и в маркетинге (в каталогах и на ценниках). Технический рисунок представляет собой изображение одежды на плоскости без фигуры модели, делая акцент на конструкции, показывая линии членения и наличие декоративных строчек, планок или других деталей. Он должен быть полностью точным и иметь схематичный характер, может быть выполнен вручную или с помощью графических редакторов.

При составлении технического рисунка могут использоваться различная ширина линий для более интересного и эстетического вида. Ассортиментный ряд так же представляется в виде технических рисунков, чтобы создать правильное представление о конструкции и о цветовом решении всей линии одежды в рамках сезонной коллекции.

Look books и прайс-листы могут содержать технические рисунки и иллюстрации подиумных изделий, чтобы показать покупателю точную интерпретацию одежды. Технические рисунки или фотографии добавляются в ценник, как визуальное представление модели одежды, размещаются в трендбуках с тенденциями на перспективный период и на сайтах производителей одежды.

Визуальные мерчендайзеры могут использовать технические рисунки для разработки плана представления продукции в магазине.

Журналы моды с выкройками, как правило, используют технический рисунок с видом спереди и видом сзади, чтобы информация о конструкции, деталях модели была понятна каждому покупателю. Они часто сопровождаются используемой в модели цветовой гаммой. Могут быть изображены укрупненные мелкие детали и вид изделия сбоку.

Конструктору необходимо уметь создавать технические рисунки одежды по фотографии, иллюстрации, модели готовой одежды или модельной конструкции или придумывать модель самостоятельно. Умение технически правильно изображать проектируемую модель изделия легкой промышленности необходимо не только для всех специалистов, участвующих в процессе разработки модели, но и для конечного потребителя данного вида продукции.

Техническое описание – документ проектно-конструкторской документации модели, включает в себя спецификацию и технический рисунок модели (вид спереди и вид сзади). При необходимости представляется вид изделия с изнаночной стороны, внутренние карманы, кулисы, паты и другие элементы. На техническом рисунке можно указывать размеры деталей изделия, необходимые для производства одежды и проведения контрольных измерений (длина, ширина, расстояние). В конфекционной карте, наряду с применяемыми текстильными материалами, отделкой, фурнитурой, скрепляющими материалами, также представляется технический рисунок модели.

В описании к техническому рисунку изделия необходимо указывать следующие параметры:

1. Краткое описание изделия в свободной форме.
2. Силуэт, особенности конструкции изделия, размер.
3. Расчет и описание необходимого количества тканей для изделия.
4. Описание и расчет необходимого количества дополнительных материалов для изделия (прокладки, фурнитура, нитки и т. п.).
5. Особенности модели.
6. Анализ и описание модели.

Характеристика традиционных и современных методик конструирования.

В настоящее время существует множество различных методик конструирования одежды.

Все существующие методики конструирования одежды можно разделить на *приближенные* и *инженерные*.

К приближенным методам конструирования одежды относятся:

- муляжный метод
- расчетно-графический метод

#### 1. Муляжный метод или метод макетирования одежды.

Самым древним способом конструирования одежды является муляжный. Этот метод многие века был основным способом получения деталей одежды. В переводе с французского слово "муляж" означает формировать, отливать в форму.

Муляжный метод предполагает получение деталей без каких-либо расчетов. Для этого, руководствуясь эскизом модели, на фигуре человека или на манекене накалывают макетную, основную ткань или тонкую бумагу, воспроизводя формы и линии модели. Затем, учитывая особенности модели изделия и строение тела человека, вычерчивают или отмечают булавками основные линии деталей. Полученные таким образом первичные выкройки уточняют при раскрое и примерках.

Такой способ в массовом производстве применения найти не может. При индивидуальном пошиве к муляжному способу обращаются редко, т.к. он достаточно трудоемкий. Данный метод широко используется при изготовлении театральных исторических костюмов, корсетных изделий и продукции «от- кутюр».

#### 2. Расчетно-графический метод

В конце XVIII - начале XIX вв. начали формироваться расчетно-графические методы конструирования одежды. Опыт работы портных того времени позволил выявить наиболее типичные конструкции одежды, вследствие чего появились несложные расчеты и графические построения для получения кроя.

Рассмотрим основные расчетно-графические методы конструирования одежды.

Единая методика конструирования одежды ЦНИИШП является одной из старейших методик, которая используется при массовом пошиве одежды. Данная методика основана на антропометрических данных о типовых фигурах и инженерных методах конструирования одежды. В основу размерных характеристик контуров фигуры положены измерения типовых фигур, что является важным преимуществом перед ранее существовавшими.

Таким образом, данная методика представляет собой универсальный способ построения чертежей изделия независимо от изменений моды и моделей. Расчетные формулы являются результатом анализа и

математической обработки антропометрических материалов и экспериментальных данных.

Методика конструирования ЦНИИШП предусматривает минимально использование формования деталей при влажно - тепловой обработке, получение формы изделия способами конструирования. Это приводит к повышению качества изделий и снижению трудоемкости обработки.

Особенности методики конструирования ЦНИИШП:

- Единообразие методов конструирования мужской, женской и детской одежды.
- Определение всех элементов конструкции расчетным путем, что позволяет конструктору изменять любой ее узел.
- Первоочередное конструирование рукава и последующее сопряжение его с проймой.
- Универсальность расчетных формул.
- Сохраняется возможность унификации деталей изделий и механизации процесса обработки изделий.
- Возможность использования в ателье индивидуального пошива.

Методика "М. Мюллер и сын" является одной из наиболее традиционных методик конструирования одежды. Ее появление относится к прошлому веку. Однако она до сих пор не потеряла своей актуальности, а наоборот расширяет круг своих потребителей. Знаменитый журнал "Бурда" работает по этой методике, "Ателье" ежемесячно предлагает новые и новые модели, разработанные по этой методике, также она заложена в основу многих САПР.

Особенностью данной методики является тот факт, что используется небольшое количество размерных признаков при построении базовой конструкции, а вспомогательные признаки рассчитываются по формулам и зависят от основных. Это позволяет снизить затраты времени на снятие мерок и оперативно приступить к разработке базовой конструкции.

Особенности методики конструирования "Мюллер и сын":

- Простота методики.
- Используется небольшое количество размерных признаков.
- Простота расчетов.
- Соответствие базовой основы тенденциям моды.
- Хорошая посадка изделия.

Единая методика конструирования одежды ЕМКО СЭВ объединила опыт конструкторов стран - участниц бывшего СЭВ и была разработана для повышения производительности труда и улучшения качества продукции.

Методика конструирования ЕМКО СЭВ научно обоснована, в ее основе заложены результаты последних антропологических исследований стран Восточной Европы, комплекс обоснованных прибавок и технологических припусков. Данная методика чаще используется при массовом производстве одежды с учетом автоматизации проектирования.

Используемые в методике размерные признаки фигур для основных расчетов чертежа полностью соответствуют данным современных размерных стандартов.

Особенности методики конструирования ЕМКО СЭВ:

- При разработке конструкции выбраны оптимальные конструктивные решения с учетом обобщенного опыта стран - членов СЭВ и развитых стран.
- Единообразие методов конструирования мужской, женской и детской одежды.
- Универсальность методики, т.к. может применяться как в условиях массового производства, так и индивидуального пошива.

Методика конструирования ЦОТШЛ была разработана Центральной опытно - технической швейной лабораторией. Лаборатория находилась в ведении Министерства бытового обслуживания РСФСР и разрабатывала материалы для предприятий индивидуального пошива.

При построении конструкций одежды по данной методике используются непосредственно измерения заказчика, а не расчеты, что значительно облегчает построение конструкции на любую фигуру и обеспечивает наилучшую посадку изделия на фигуру.

В основном данный метод применяется для индивидуального пошива одежды.

Методика конструирования МТИЛП была разработана Московским технологическим институтом легкой промышленности (сейчас МГУДТ).

Из всех вышеперечисленных, эта методика является наиболее научно обоснованной, т.к. при построении чертежей конструкции кроме размерных признаков фигуры учитываются данные о разертках поверхностей макетов типовых фигур. Также для обеспечения наилучшей формы и посадки изделия разработана уникальная система прибавок. Так величина припусков на свободу облегания зависит от размерной группы и особенностей конструкции изделия, что значительно улучшает качество посадки на различных фигурах.

Отличием данной методики является простота расчетов и графических построений.

3. Английский метод конструирования и моделирования одежды. Методику разработал английский дизайнер и преподаватель Уинифред Алдрич. В ней используется расчетно-пропорциональный метод построения чертежей, который используя минимальное количество размерных признаков, дает возможность добиться любой желаемой формы изделия, без ограничения творческого замысла автора.

В английской методике конструирования представлены 3 шкалы размерных признаков: с межразмерным интервалом 4-6 см для 10 типовых женских фигур (данная шкала наиболее соответствует российским стандартам), с межразмерным интервалом 5 см для типовых женских



фигур и с межразмерным интервалом 6 см и буквенной маркировкой S, H, L и т.д.

Английская методика конструирования подходит для российских фигур и имеет дополнительные адаптированные формулы для нестандартных фигур, которые позволяют достичь правильной сбалансированной посадки изделия на российскую фигуру. Так же данная книга оснащена описанием процедур построения базовых конструкций и их последующим моделированием, что позволяет студентам освоить основы конструирования и понять принципы получения желаемой формы конструктивным способом.

4. К инженерным методам конструирования одежды относятся:

- метод триангуляции
- метод секущихся плоскостей
- метод геодезических линий
- метод вспомогательных линий развертывания (метод ЛР)
- метод жестких оболочек

Критерии для обоснования выбора наиболее совершенной (информативной) методики конструирования:

- состав исходной информации (размерные признаки, конструктивные прибавки);
- оценка необходимости и достаточности размерных признаков, используемых методикой для достижения соответствия проектируемой женской куртки размерам и внешней формы заданной фигуры.
- характер расчетных формул для определения параметров конструкции одежды;
- обеспечение современной формы модели (согласующейся с перспективным направлением моды) конфигурацией криволинейных контуров деталей и сопряженностью контуров смежных деталей;
- согласованность размеров и формы оката рукава и проймы.

Конструктивным моделированием называют процесс разработки чертежей деталей изделия по его графическому изображению путем преобразования исходной конструкции.

В зависимости от степени изменения исходной конструкции различают несколько вариантов разработок по конструктивному моделированию. Наиболее простым является конструктивное моделирование первого вида без изменения силуэтной формы изделия. Преобразованию подвергается длина деталей, осуществляется простой перевод вытачек, оформление линий членений (кокеток, рельефов и др.), оформление линий горловины и контуров застежки (лацкана, борта, размещение петель и пуговиц), проектируются складки, карманы.

Конструктивное моделирование второго вида предполагает изменение силуэтной формы деталей без изменения или с изменением объемной формы в области опорных участков изделия. При этом используются приемы конического и параллельного расширения (заужения) деталей,

подвергаются преобразованию контуры продольных срезов (средние линии, боковые срезы, рельефы).

Конструктивное моделирование третьего вида наиболее сложное и включает преобразование исходной конструкции изделия с втачным покроем рукава в конструкцию одежды другого покроя и последующего ее изменения в соответствии с эскизом модели.

Конструкция новой модели, полученная методами конструктивного моделирования, должна обеспечивать хорошее качество посадки изделия на фигуре человека. Такой результат достигается в том случае, если в качестве исходной используется апробированная конструкция высокого качества и грамотно выполняются приемы конструктивного моделирования.

Основными приемами конструктивного моделирования являются:

#### 1. Перевод вытачек

Вытачки являются основным конструктивным элементом одежды. Они обеспечивают создание объемной формы мужской, женской и детской одежды в области груди, лопаток, локтя, бедер и прилегание по талии.

#### 2. Оформление кокеток и рельефов

Различают кокетки и рельефы, проходящие через центр выпуклости (центр вытачки) и не проходящие через него.

#### 3. Оформление застежек

Оформление застежек начинают с определения ширины борта. Шириной борта называют расстояние от линии полузаноса (середины детали) до края борта. Ширина борта зависит от вида изделия и вида застежки.

#### 4. Оформление карманов

Виды, форма и размеры карманов отличаются большим разнообразием и зависят от вида изделия и модели.

#### 5. Проектирование складок

Складки применяются в разных видах одежды и на разных деталях. Они могут располагаться посередине деталей или в местах расположения вытачек; симметрично с двух сторон или асимметрично; группами или вкруговую. Складки могут быть односторонними и двусторонними (встречными или бантовыми), быть мягкими, заутюженными или застроченными.

#### 6. Проектирование подрезов и драпировок

Подрез – конструктивный прием, позволяющий получить сложную объемную форму отдельного участка детали и изделия в целом. Заключается в частичном разрезании детали и закладывании на одной из сторон разреза складочек, сборки, драпировки. Драпировка на деталях изделий может быть расположена симметрично и асимметрично от подрезов и срезов деталей. Эффект драпировки получают коническим расширением деталей в виде незаутюженных и нестачанных (мягких) складок и сборки.

#### 7. Коническое и параллельное расширение деталей

Приемы конического и параллельного расширения (заужения) деталей относят к элементам конструктивного моделирования второго вида. Их используют для изменения силуэтной формы на разных конструктивных уровнях. Эти преобразования могут выполняться как с применением дополнительных членений, так и без них.

Коническое расширение деталей без дополнительных членений можно осуществить за счет перевода раствора вытачек в линию низа (рис. 10). Если на детали нет вытачек, или полученное за счет перевода вытачек расширение недостаточно, деталь рассекают вертикальными линиями и раздвигают части детали на необходимую величину (рис. 11,12). Величина разведения зависит от модели и свойств применяемых материалов.

Коническое расширение деталей с введением дополнительных членений выполняют за счет расширения деталей по низу и соответствующего оформления продольных срезов, например, как в юбках годе (рис.13).

При выполнении конического заужения необходимо контролировать ширину деталей на опорных участках.

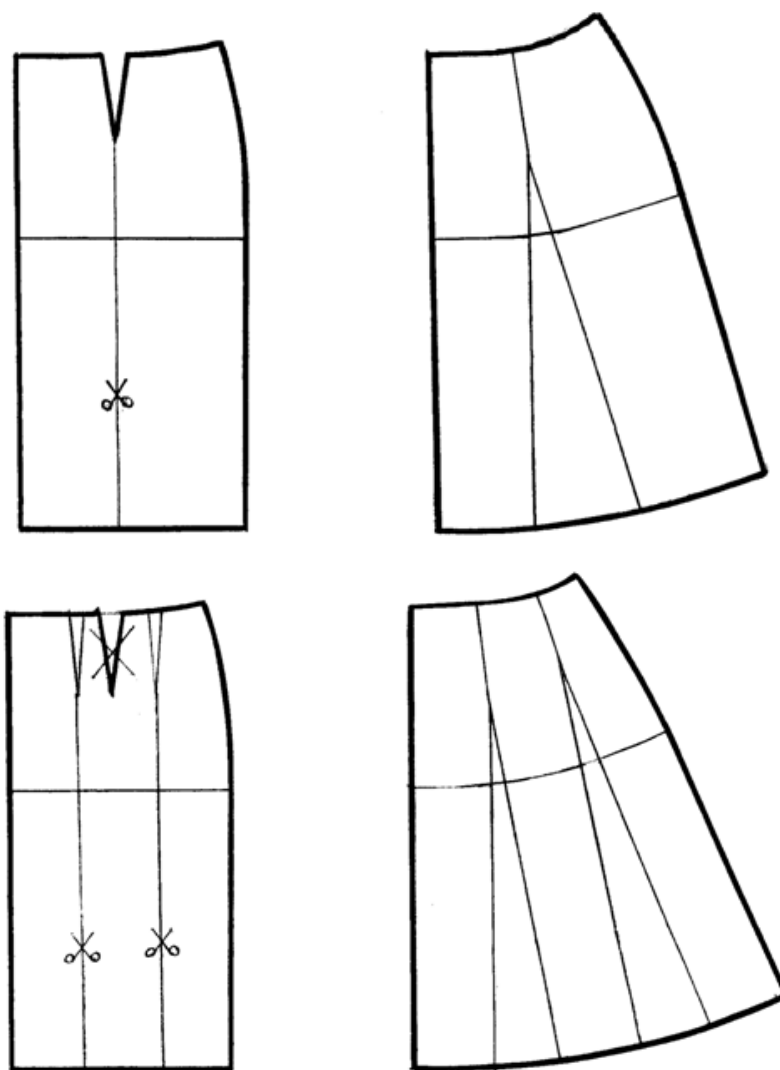


Рис.10 Коническое расширение юбки за счет перевода вытачек

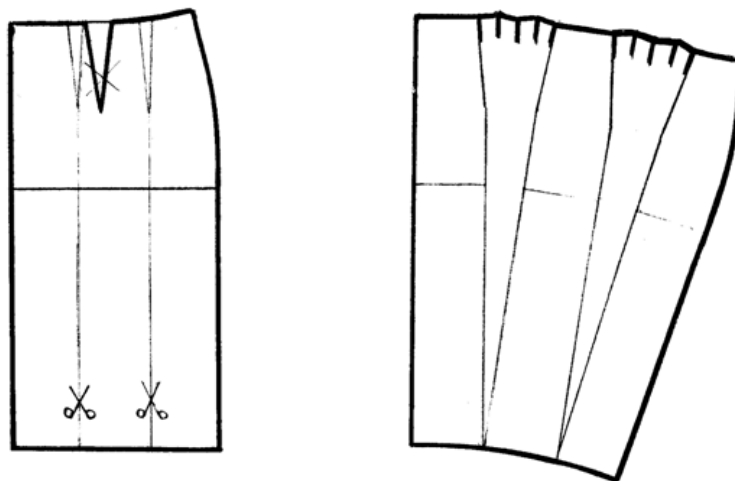


Рис.11 Коническое расширение юбки с проекти

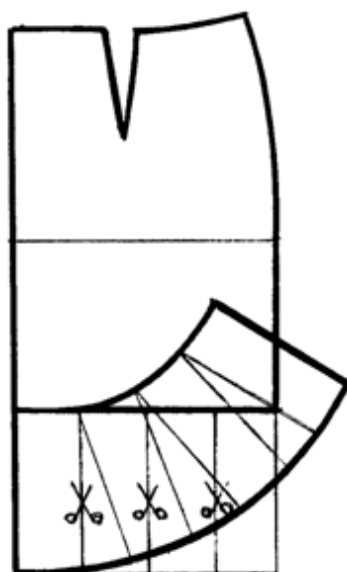


Рис.12 Коническое расширение нижней части юбки

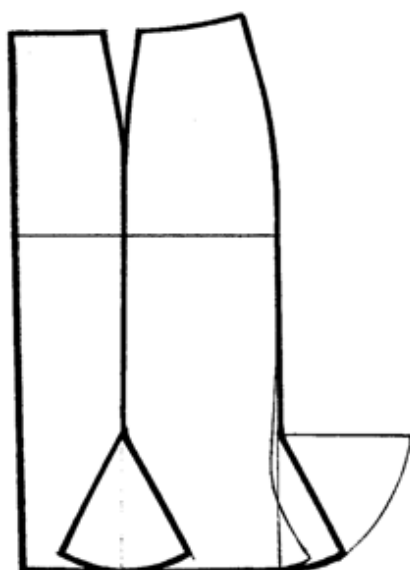


Рис.13 Варианты моделирования юбок-годе

Параллельное расширение деталей также выполняют за счет разрезания и раздвигания деталей на необходимую величину. Используют параллельное расширение деталей в основном для образования сборок и складок. Величина расширения для образования сборок зависит от модели и свойств материалов (жесткость, драпируемость, толщина) и может быть определена с помощью коэффициента сборки ( $K_{сб}$ ). Коэффициент сборки задается в процентах от исходного размера и может быть ограничен применяемым оборудованием.

Приемы конического и параллельного расширения широко используют для создания разнообразных форм рукавов. Для выполнения этих приемов исходную деталь рукава с нанесенной на ней линией основания оката рассекают на несколько полос, которые раздвигают на желаемую величину.

Метод параллельно-конического расширения в практике создания моделей одежды используется часто и включает в себя использование и конического и параллельного расширения одновременно.

Древнейший из способов создания моделей одежды и, тем не менее, актуальный и на сегодняшний день, представляющий неограниченные возможности для творчества профессионалам в области швейного дела и художникам — модельерам.

Муляжный метод изготовления конструкции изделия (метод накладки, макетирования или моделирования на манекене) – это один из способов создания конструкции одежды из бумаги или ткани на манекене или непосредственно на манекенщице с помощью булавок. Этим методом можно увидеть наиболее точное и реальное представление о форме, способствует объёмному восприятию ткани, позволяет прочувствовать пропорциональное расположение всех деталей между собой и во всей форме в целом.

Макетирование позволяет создать заданную форму наглядными приёмами с учетом данной фигуры человека и ее естественных пропорций, грамотно откорректировать на фигуре (манекене) построенную расчетно-графическим методом конструкцию.

Существует три способа накладки:

1 – накладка на отдельных квадратных или прямоугольных кусках макетной ткани. Данным способом можно облегчить разработку конструкции, экономно и рационально использовать макетную ткань, упрощает создание детальной выкройки.

2 – комбинированный, при котором насадку производят на готовой основе. Готовую основу лифа, рукава, воротника или юбки закрепляют на манекене или манекенщице и постепенно меняют форму в той части тела, где это необходимо. Данный способ ускоряет и упрощает процесс моделирования.

3 – способ создания новой формы на основе целого неразрезанного куска макетного полотна или ткани, которая предназначена для создания

модели. Этим способом создают новые наиболее сложные формы в одежде.

Для наковки макета нужны: ткань, булавки, ножницы, тесьма, мел, цветные карандаши, сантиметровая лента, линейка, манекен.

Конфекционирование – один из важных этапов выполнения дизайн-проекта.

Текстура —своеобразный узор на поверхности материала, обусловленный характерным расположением составных частей этого материала (зерен, кристаллов, нитей, волокон и т. д.). Текстура ткани — внешнее проявление внутреннего строения, видимая на поверхности часть структуры материала. Из материаловедения мы знаем, что по своему строению ткани делятся на простые и сложные. В простых тканях все нити располагаются в одном слое. Поверхность таких тканей гладкая и однородная. Некоторые простые ткани вырабатываются мелкоузорчатыми переплетениями, которые делятся на производные и комбинированные. К производным переплетениям относятся рогожка, репс, саржа, сатины, атласы. Комбинированные переплетения получаются наложением одного переплетения на другое, сочетанием разных переплетений в одном рапорте ткани, включением одного переплетения в другое. Сложные ткани по своему строению подразделяются на полутораслойные, двухслойные, двулицевые, многослойные, ворсовые, перевивочные (ажурные) с дополнительной основой и сложнофасонные. Помимо таких ткацких переплетений на характер текстуры текстильной поверхности влияют: уплотненность или разреженность ткани, различие в качестве пряжи, в линейной плотности основных и уточных нитей, в натяжении нитей основы и др. Для изготовления тканей используют различные нити: монопнити, комплексные, крученые, армированные, меланжированные, фасонные, мулинированные, блестящие, металлизированные, буклированные, креповой крутки. Кроме того, используют различную пряжу - простую или фасонную.

Классификация текстур. Текстуры тканей делятся на четыре группы. 1-я группа — гладкая. При ее создании используют пряжу одинаковую по качеству в основе и утке, главные и производные переплетения, формируют уплотненную поверхность. Примером такой текстуры служит драп, кашемир, 2-я группа — шероховатая. Эффект шероховатости создает рубчик, образующийся в результате применения более толстой нити в утке (в поплине и габардине поперечный, в сарже — диагональный). В этом случае получается мелкозернистая поверхность.

3-я группа — рельефная. Сложное строение тканого или трикотажного полотна, образованного несколькими системами нитей, различающихся по волокнистому составу и линейной плотности создает интересные по пластике рельефы. Особенно заметны трикотажные рельефы, имитирующие ручное вязание. Различные трикотажные переплетения (ажурные, филейные и рельефные) образуют на поверхности

полотна бугорки, впадины, полосы (вертикальные и горизонтальные), «каре», полудуги и т.п. 4-я группа - ворсовая. Такую поверхность имеют ткани, выполненные по специальной технологии ткачества переплетением с дополнительной основой для образования ворса, например бархат, панбархат, плюш, вельвет, натуральный и искусственный мех.

Термин «фактура» (от лат. *factura* — обработка) характеризует особенности отделки и обработки поверхности ткани, трикотажного или нетканого полотна. Помимо технологических приемов отделки на характер фактуры влияет волокнистый состав нитей. Сырье имеет существенное значение для выбора и образования той или иной фактуры. Матовая пряжа и блестящий метанит, золотая и серебряная нити или синтетическое волокно во многом определяют эстетический эффект воздействия фактуры ткани на человека. В современном проектировании одежды широко распространена отделка сложными узорами трикотажного гладкого полотна. По замыслу дизайнера такая отделка выполняется посредством шнура, крученых нитей, валиков, петелек и пр. Многие современные рисунки на пальтовых шерстяных тканях создаются путем ворсирования или стрижки. На хлопковых тканях с включением синтетических волокон путем термообработки получают жатые полосы, например, ткань сирсакер (жатость в полосе, чередующаяся с гладкими полосами).

Классификация фактур. Фактуры делятся на четыре группы. 1-я группа — матовая. Матовую фактуру имеют натуральная шерсть, хлопок, лен, пенька, конопля, джут и т.п. Примером ткани с матовой фактурой служит миткаль — суровая тонкая хлопчатобумажная ткань полотняного переплетения, ситец, тик. Матовые фактуры мягко рассеивают падающий на них свет. 2-я группа — блестящая. Характерным представителем этой группы является атлас — плотная блестящая ткань атласного переплетения из натурального шелка или из вискозных и ацетатных нитей в утке и хлопчатобумажных в основе. К этой группе принадлежит парча и обьяр. Зеркальная поверхность парчи и обьяра (шелковая гладкая и узорчатая ткань, затканная золотой или серебряной нитью) делает вечерний туалет броским, эффектным, праздничным. Блестящие золотые и серебряные нити, украшавшие раньше парчовые ткани, в современном текстиле заменяются металлизированной нитью - метанитом или радужной пленкой. Для получения блестящей фактуры - используется отделка «лаке», в результате которой поверхность ткани становится гладкой и блестящей, как у атласа. Получить иллюзию прозрачного фона в тканях из химических нитей позволяет использование в качестве основы прозрачных капроновых нитей. 3-я группа — сжатая (от слова сжать, т. е. стиснуть, отсюда и тиснение). Эффект сжатости в двухслойных тканях получают при помощи декатировки (обработки водяным паром или горячей водой), что приводит к усадке. Вследствие разницы усадки верхнего и нижнего слоев происходит сжатие материала. В слое, который не должен иметь усадки, используют капроновые, ацетатные, полиэфирные и комплексные

нити. Эффект сжатости носит название «клоке». Для нанесения на ткань тиснения применяется каландрирование. Каландр — машина, состоящая из системы валов, между которыми пропускают материал. Каландрированием можно придать поверхности ткани лоск и глянец. 4-я группа — пушистая. Эта фактура достигается электрофлакированием (имитация бархатистости), фулеровкой (от фр. *fulage* - валяние, валка сукна) и начесом. К тканям с пушистой фактурой относятся фланель-хлопчатобумажная или шерстяная ткань полотняного переплетения с двусторонним пушистым начесом, шевиот - мягкая, слегка ворсистая шерстяная костюмная ткань, шотландка - клетчатая ткань, имеющая небольшой начес с изнаночной стороны. Пушистую поверхность имеют также трикотажные изделия из мохера и ангорской шерсти.

В процессе использования основной износ одежды происходит в результате многократного действия растягивающей нагрузки, сжатия, изгиба, трения. Поэтому большое значение для сохранения вида и формы одежды и увеличения срока ее носки имеет способность ткани противостоять различным механическим воздействиям, т. е. ее механические свойства.

К механическим свойствам тканей относятся: прочность, удлинение, износостойкость, сминаемость, жесткость, драпируемость и др.

Прочность ткани при растяжении — один из важнейших показателей, характеризующих ее качество. Под прочностью ткани при растяжении понимается способность ткани противостоять нагрузке.

Минимальная нагрузка, достаточная для разрыва полосы ткани определенного размера, называется разрывной нагрузкой. Разрывная нагрузка определяется путем разрыва полосок тканей на разрывной машине.

Прочность ткани при растяжении зависит от волокнистого состава тканей, толщины пряжи или нити, плотности, переплетения, характера отделки ткани. Наибольшую прочность имеют ткани из синтетических волокон. Увеличение толщины нитей и плотности ткани увеличивает прочность тканей. Применение переплетений с короткими перекрытиями также способствует росту прочности ткани. Поэтому при всех равных условиях полотняное переплетение сообщает тканям наибольшую прочность. Такие операции отделки, как валка, аппретирование, декатировка, увеличивают прочность ткани. Отбеливание, крашение приводят к некоторой потере прочности.

Износостойкостью тканей называется их способность противостоять ряду разрушающих факторов. В процессе использования одежды ткань испытывает воздействие света, солнца, трения, многократного растяжения, изгиба, сжатия, влаги, пота, стирки, химической чистки, температур и др.

Характер воздействий, испытываемых тканью в процессе использования, зависит от назначения изделия и условий эксплуатации. Например, белье изнашивается от многократных стирок; при кипячении в



растворах моющих средств под действием кислорода воздуха происходит окисление целлюлозы и снижение прочности волокон; механические воздействия на ткань в процессе стирки, а также действие нагретой металлической поверхности при утюжке также приводят к ослаблению ткани. Оконные гардины и занавеси теряют прочность от действия света, солнца.

Износ верхней одежды происходит преимущественно от трения. В начальной стадии истирания на многих текстильных материалах наблюдается пиллинг.

Пиллингом называется процесс образования на поверхности текстильных изделий комочков скатывающихся волокон — пиллей, возникающих на участках, испытывающих наиболее интенсивное трение, и портящих внешний вид изделия.

Большое влияние на износ оказывают действие света и многократно повторяющиеся изгиб, растяжение, сжатие. В процессе эксплуатации изделий ткань протирается в низу рукавов и брюк, на локтях, коленях, воротнике пиджака.

Для увеличения срока носки изделий в низу брюк и рукавов рекомендуется нашивать капроновую ленту с бортиком, которая препятствует истиранию ткани.

Следует помнить, что нарушение режима влажно-тепловой обработки тканей — чрезмерное нагревание и длительность обработки — приводит к снижению износостойкости тканей. На участках шерстяной ткани, имеющих едва заметный опал, прочность и износостойкость ткани снижаются на 50%.

Под действием многократно повторяющихся растяжения, сжатия, кручения происходит расшатывание структуры ткани и нитей. В изделии накапливаются пластические деформации, ткани растягиваются, изделия теряют форму. Волокна постепенно выпадают, уменьшаются толщина и плотность ткани; ткань разрушается.

Драпируемость — способность ткани образовывать мягкие, округлые складки. Драпируемость зависит от массы, жесткости и мягкости ткани. Жесткость — это способность ткани сопротивляться изменению формы. Величиной, обратной жесткости, является гибкость — способность ткани легко поддаваться изменению формы.

Жесткость и гибкость ткани зависят от размеров и вида волокна, толщины, крутки и структуры пряжи, строения и отделки ткани.

Искусственные кожа и замша, ткани из комплексных капроновых нитей и монокапрона, из шерсти с лавсаном, плотные ткани из крученой пряжи и ткани с большим количеством металлических нитей обладают значительной жесткостью.

Хорошей драпируемостью обладают ткани из натурального шелка, шерстяные ткани креповых переплетений и мягкие пальтовые шерстяные ткани. Ткани из растительных волокон — хлопчатобумажные и особенно

льняные — обладают меньшей драпируемостью, чем шерстяные и шелковые.

К физическим (гигиеническим) свойствам ткани относятся гигроскопичность, воздухопроницаемость, паронепроницаемость, водонепроницаемость, намокаемость, пылеемкость, электризуемость и др.

Гигроскопичность характеризует способность ткани впитывать влагу из окружающей среды (воздуха).

Воздухопроницаемость — способность пропускать воздух — зависит от волокнистого состава, плотности и отделки ткани. Хорошей воздухопроницаемостью обладают малоплотные ткани.

Паропроницаемость — способность ткани пропускать водяные пары, выделяемые телом человека. Проникновение паров происходит через поры ткани, а также за счет гигроскопичности материала, впитывающего влагу из пододежного воздуха и передающего его в окружающую среду. Шерстяные ткани медленно испаряют водяные пары и лучше других регулируют температуру воздуха.

Теплозащитные свойства особенно важны для тканей зимнего ассортимента. Эти свойства зависят от волокнистого состава, толщины, плотности и отделки ткани. Волокна шерсти наиболее «теплые», волокна льна «холодные».

Водоупорность — это способность ткани сопротивляться просачиванию воды. Водоупорность особенно важна для тканей специального назначения (брезентов, палаток, парусины), плащевых тканей, шерстяных пальтовых и костюмных тканей.

Пылеемкость — это способность тканей загрязняться. Пылеемкость зависит от волокнистого состава, плотности, отделки и характера лицевой поверхности ткани. Наибольшей пылеемкостью обладают рыхлые шерстяные ткани с начесом.

Электризуемость — это способность материалов накапливать на своей поверхности статическое электричество. При соприкосновении и трении, неизбежных в процессе производства и использования текстильных материалов, на их поверхности непрерывно происходит накопление и рассеивание электрических зарядов.

Выбор модели, разработка конструкций, зрительное восприятие сминаемости, объема, размера, пропорций изделия зависят от оптических свойств тканей, т. е. от их способности количественно и качественно изменять световой поток.

В зависимости от отражения, поглощения, рассеивания, пропускания светового потока проявляются такие свойства материалов, как цвет, блеск, прозрачность, белизна.

Если материал полностью отражает или поглощает световой поток, то возникает ощущение ахроматического цвета (от белого до черного): при полном отражении — белый цвет, при полном поглощении — черный, при равномерном неполном поглощении — серый цвет различных оттенков.

Блеск ткани зависит от степени зеркального отражения светового потока и, следовательно, от характера поверхности ткани, строения нитей, вида переплетения и т. д. Применение переплетений с удлиненными перекрытиями (атласные, сатиновые, основные саржевые), проведение прессования, каландрования, придание лощеной, серебристой отделки, «лаке» увеличивают блеск тканей.

Прозрачность связана с ощущением проходящего через толщу ткани светового потока и зависит от волокнистого состава и строения ткани. Наибольшей прозрачностью обладают тонкие малоплотные ткани из синтетических волокон и натурального шелка.

Колорит — это соотношение всех цветов, участвующих в расцветке ткани. Сочетанием цветов различной тональности, насыщенности, светлоты можно придать тканям радостный или мрачный колорит.

Сюжетными называются рисунки, о которых можно рассказывать (портреты, картины и пр.). Сюжетные рисунки могут иметь юбилейные косынки, гобелены, скатерти, некоторые ткани и др.

Тематическими называются рисунки, которые можно характеризовать каким-то понятием (горох, полоска, клетка и др.). Беспредметными называются абстрактные рисунки. В тканях это различные цветовые пятна или неопределенные контуры.

Технологическими свойствами тканей называются свойства, которые могут проявляться на различных этапах швейного производства — в процессе раскроя, стачивания и влажно-тепловой обработки изделий.

К технологическим свойствам тканей относятся: сопротивление резанию, скольжению, осыпаемость, прорубаемость, усадка, способность тканей к формованию в процессе влажно-тепловой обработки, раздвигаемость нитей в швах.

Усадка — это уменьшение размеров ткани под тепла и влаги. Усадка происходит при стирке, замачивании влажно-тепловой обработке изделий в процессе утюжки и прессования. Усадка тканей может привести к уменьшению размера изделия, к искажению формы его деталей. Если ткани верха, прокладки и подкладки дают разную усадку при мокрой химической чистке или утюжке, на изделии могут возникнуть морщинки, складки.

Некоторые ткани после стирки дают усадку по основе и несколько увеличиваются в ширину, получают так называемую притяжку.

Притяжка может проявиться, например, в тканях, имеющих хлопчатобумажную основу и уток из некрученого вискозного шелка.

При сутюживании, т. е. принудительной усадке ткани, происходит сокращение ее размеров на отдельных участках. Достигается такая местная усадка путем утюжки или прессования участков увлажненной шерстяной ткани, собранной в виде небольших волнистых складок. Сутюживание используют для придания изделию объемной формы.

## **2.5 Процесс создания художественного образа в дизайне костюма**

Творчество – это путь, через который проходит ассоциативное мышление, для того чтобы создать новый художественный образ или продукт. Образы, содержащие в себе художественную ценность, являются художественными образами. Художественную ценность формируют такие явления как, эстетика подачи, интуитивная потребительская заинтересованность новым предметом, а так же семантическое, функциональное и утилитарное бытие новинки.

Художественный образ в костюме – это гармоничное единство костюма и его носителя человека, функционирующего в конкретной среде. Создание целостного художественного образа человека и костюма — главная задача дизайнера одежды в современном обществе. Костюм никогда не должен заслонять личность человека, для которого он создан. Зритель, наблюдая человека в хорошем костюме, должен воспринимать не саму одежду, надетую на фигуру, а образ самого человека в этом костюме, помогающем выявить и подчеркнуть достоинства внешности носителя костюма и скрывающем его недостатки. Приоритет человека при создании костюма продиктован эргономическими, функциональными, экономическими и др. требованиями. Костюм объединяет в себе эстетические и практические качества, поэтому создание выразительного костюмного образа ставит задачу удовлетворения всех требований, предъявляемых к нему. Дизайнер, решающий эту сверхсложную задачу, создает тем самым проектный образ будущего костюма, выступая художником-проектировщиком.

Деятельность новатора-дизайнера, объединенная одним подчерком, смысловыми задачами, и реализованная характерными для его творчества художественными приемами, складывается в такое широкое понятие как авторский стиль.

Каждый костюм, создаваемый автором-дизайнером, можно рассматривать как средство выражения художественного видения мира. Для того, чтобы созданный костюм представлял собой художественную ценность, он должен отвечать требованиям гармонии и нести в себе художественный образ. Через проектируемый костюм дизайнер выражает свое личностное видение окружающего мира, свой взгляд на предмет проектирования, свои ощущения и ассоциации, возникающие у него при работе заданную Тему. дизайнер пропускает через себя, осмысливает и передает зрителям свое понимание действительности. В результате этих процессов рождаются новые идеи костюмных форм и образов. Любое явление или предмет окружающего мира способны вызвать у художника ассоциации и образы, которые он воплощает в проектируемых костюмах. Ассоциативное мышление художника является основой творческого подхода к проектированию одежды. Созданный дизайнером костюм – это своего рода результат авторских ассоциативных представлений, возникающих в сознании художника. Так как творческий процесс

дизайнера одежды — это достижение единства формы и содержания, то основой творчества при художественном проектировании костюма должен стать образно-ассоциативный подход к созданию одежды.

Невозможно рассматривать авторский стиль отдельно от средств подачи своей идеи публике. Среди средств можно выделить: модные показы, музыкальное сопровождение, разнообразные промоакции, фотосессии, фирменный стиль бренда.

Первая Неделя моды состоялась в Нью-Йорке, ещё в 1943-м году. В Париже — спустя тридцать лет. Грандиозное историческое модное шоу состоялось 28 ноября 1973 года. Его организаторами стали основательница Нью-Йоркской Недели моды Элеонор Ламберт и куратор Версалья Джеральд Ван Дер Кемп. Главная цель — собрать средства на реставрацию знаменитого королевского дворца и прилегающих территорий. Шоу носило название «Битва при Версале» и по сути и стало таковым: для участия в нем были приглашены французские и американские дизайнеры, представители совершенно разных «концепций» в моде. Законодатели буржуазного шика Yves Saint Laurent, Hubert de Givenchy, Christian Dior, Pierre Cardin и Emanuel Ungaro схлестнулись на одном подиуме с творцами pret-a-porte из Америки — Oscar de la Renta, Stephen Burrows, Anne Klein, Bill Blass и Halston. Для последних шоу стало, по сути, переломным моментом в истории: американская мода, наконец, получила шанс выйти из тени и громко заявить о себе в Европе. На шоу присутствовало свыше 700 гостей, среди которых были принцесса Монако Грейс Келли, Элизабет Тейлор, Лайза Минелли (исполнившая на шоу знаменитую песню «Кабаре»), Энди Уорхол, и многие другие богатые и знаменитые персоны тех лет. Официально считается, что ту модную «битву» выиграли практичные и напористые американцы. Но выиграла и Европа: ведь с того самого дня начинается свою историю Парижская Неделя моды.

Важно помнить, что модные показы это не только демонстрация моделей коллекции на широкой публике, это еще и одно из самых культурных событий современности, двигатель экономического и эстетического развития стран вовлеченных в модный процесс. Главное не только показать на подиуме завораживающее шоу, продемонстрировав таланты и достижения, это еще и действие задающее направлению моды современности.

Модные показы всегда проводятся под музыкальное сопровождение, которым может служить как живое исполнение артистов, так и музыка, записанная в определенном ритме. Чаще всего для показов используют жанры электронной музыки, такие как Deep House, Detroit и др.

Фотографии служат мощным средством визуальной подачи и используются для печати в разных журналах, рекламных элементах или распространению в соц.сетях... Фотография в стиле фэшн предназначена прежде всего изображать одежду и другие объекты моды в целях рекламы. Для данного жанра свойственно создание выдуманного, нереалистичного

образа, цель которого притягивать своей недоступностью и красотой. Соответственно, главная задача фотографа состоит в том, что бы создать желаемую для потребителя привлекательную реальность на снимке, которая будет восприниматься как призыв к покупке, которая поможет обладателю сконструировать окружающую реальность в соответствии со своими новыми представлениями.

## 2.6 Фирменный стиль в дизайне костюма

Процесс интеллектуальной деятельности в сфере дизайна порождает продукт, который нуждается в первую очередь в эффектной визуальной подаче. Во вторую очередь – в продуманной стратегии продвижения продукта на рынке потребления.

Визуальная подача продукта – это его упаковка, представляющая собой элементы с единой семантической концепцией и системой визуальных знаков, присущих лишь вашему продукту. Вышесказанное служит для повышения уровня узнаваемости фирменного стиля на рынке и для отстройки вашей интеллектуальной собственности от конкурентов.

Для создания фирменного стиля существует широкий спектр разнообразных программ, помогающих воплотить в жизнь самые смелые идеи и визуализировать результат. Среди этих программ можно выделить следующие:

CorelDRAW — векторный графический редактор, разработанный канадской корпорацией Corel.

В пакет CorelDRAW также входит редактор растровой графики Corel PHOTO-PAINT.

Corel PHOTO-PAINT — растровый графический редактор, разработанный канадской корпорацией Corel. Corel PHOTO-PAINT не имеет такой популярности как Adobe Photoshop, но сопоставим с ним по техническим возможностям.

Corel Painter — программа, предназначенная для цифровой живописи и рисунка. С помощью графического планшета художник может работать с виртуальными инструментами в этой программе так же легко, как и с обычными карандашом или кистью. Интерфейс программы разработан в контексте создания цифровой живописи с «чистого листа» (в отличие от программы Photoshop, которая создана для обработки уже имеющихся изображений, но также позволяет рисовать).

Функции:

Имитация традиционных средств живописи (карандаш, пастель, масляные краски, акварель, аэрограф; в сумме около 200 инструментов и их вариаций).

Цифровые средства живописи (около 200 разнообразных кистей и эффектов), система работы со слоями и их наложением, маски, каналы цвета.

Вспомогательные инструменты (ластик, мастихин, осветлитель, затемнитель и т. п.).

Также есть возможность настраивать текущие инструменты средства или создавать свои собственные.

Adobe Photoshop — многофункциональный графический редактор, разработанный и распространяемый фирмой Adobe Systems. В основном работает с растровыми изображениями, однако имеет некоторые векторные инструменты.

Photoshop тесно связан с другими программами для обработки медиафайлов, анимации и другого творчества.

Adobe Illustrator — векторный графический редактор, разработанный и распространяемый фирмой Adobe Systems. Adobe Illustrator был задуман как редактор векторной графики, однако дизайнеры используют его в самых разных целях, в том числе и в виде иллюстратора. Он очень удобен для быстрой разметки страницы с логотипом и графикой — простого одностраничного документа. Программа обладает интуитивно понятным интерфейсом, легким доступом ко многим функциям, широким набором инструментов для рисования и продвинутыми возможностями управления цветом, текстом, что позволяет создавать векторные изображения любого уровня сложности. Adobe Illustrator является одним из наиболее удобных редакторов для создания различных макетов для прессы или наружной рекламы.

ACDSee — условно-бесплатная программа для просмотра и организации изображений для Microsoft Windows, а также для Mac OS X, выпускаемая ACD Systems. Содержит многочисленные инструменты для обработки изображений, в том числе и пакетной. В последних версиях имеет два режима просмотра: быстрый, в котором доступны только инструменты поворота изображения и изменение масштаба, и полный, с загрузкой всех инструментов обработки.

Особенности:

- ускоренный поиск изображений при помощи Quick Search Bar,
- расширенная поддержка RAW форматов от цифровых камер,
- мощные средства обработки RAW форматов дают пользователю полный контроль над изображениями при помощи точных инструментов для коррекции баланса белого, различных дефектов, резкости и помех,
- возможность визуальной маркировки позволяет быстро сортировать и выбирать нужные фотографии,
- редактирование наборов из тысяч фотографий с одновременным использованием множества функций,
- водяные знаки на фотографиях с графикой или текстом для отражения авторских прав и прав собственности, а также возможность наложения на определённые фотографии бизнес-информации.

-инструмент Затенение/Выделение позволяет сделать ярче только тёмные участки фотографии, затенить слишком яркие или сделать и то, и другое одновременно.

-возможности быстрого редактирования позволяют легко устранять различные искажения.

Autodesk 3ds Max (ранее 3D Studio MAX) — полнофункциональная профессиональная программная система для создания и редактирования трёхмерной графики и анимации, разработанная компанией Autodesk. Содержит самые современные средства для художников и специалистов в области мультимедиа. Работает в операционных системах Microsoft Windows и Windows NT (как в 32-битных, так и в 64-битных).

Autodesk 3ds Max - доступен в 2 лицензионных версиях: студенческая - бесплатная (требуется регистрация на сайте Autodesk) которая предоставляет полную версию программы которую, однако, нельзя использовать с целью получения прибыли. А также полная (коммерческая) версия, стоимостью в 2000€.

3ds Max располагает обширными средствами для создания разнообразных по форме и сложности трёхмерных компьютерных моделей, реальных или фантастических объектов окружающего мира, с использованием разнообразных техник и механизмов, включающих следующие:

-полигональное моделирование, в которое входят редактируемая поверхность и редактируемый полигон — это самый распространённый метод моделирования, используется для создания сложных моделей и низкополигональных моделей для игр;

-моделирование на основе неоднородных рациональных B-сплайнов;

-моделирование на основе т. н. «сеток кусков» — подходит для моделирования тел вращения;

-моделирование с использованием встроенных библиотек стандартных параметрических объектов (примитивов) и модификаторов.

Autodesk Mudbox— профессиональная графическая программа, предназначенная для моделирования высокополигональной цифровой скульптуры и текстурного окрашивания 3D моделей. Предоставляет специалистам по моделированию и художникам по текстурам все возможности для создания цифровых 3D объектов и 2D скетчей, как если бы они работали с глиной и красками. Так же Mudbox используется для создания карт неровностей, карт нормалей, карт замещения и др. В отличие от остальных программ подобного рода, Mudbox обладает удобным, интуитивным интерфейсом, что позволяет полностью освоить его всего за несколько дней.

Autodesk Mudbox это передовое программное обеспечение, в арсенале которого 3D кисти высокого разрешения, позволяющие моделировать скульптуры, состоящие из десятков миллионов полигонов. Эта программа была разработана для удовлетворения профессиональных потребностей



художников и 3D модельеров, работающих в киноиндустрии, разработчиков компьютерных игр, дизайнеров и промышленных проектировщиков.

Autodesk Maya — редактор трёхмерной графики. В настоящее время стала стандартом 3D графики в кино и телевидении. Первоначально разработана для ОС Irix (платформа SGI), затем была портирована под ОС Linux, Microsoft Windows и Mac OS. В настоящее время существует как для 32, так и для 64-битных систем.

Согласно одному из более удачных определений фирменного стиля, данных Н.Добробабенко, «Фирменный стиль – это набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации ее внутреннего и внешнего оформления».

Основными целями формирования фирменного стиля можно назвать:

- идентификацию продуктов фирмы между собой и указание на их связь с фирмой
- выделение продуктов фирмы из общей массы аналогичных продуктов ее конкурентов

Таким образом, главной целью формирования фирменного стиля является закрепление в сознании покупателей положительных эмоций, связанных с оценкой качества продукции, ее безупречности, высокого уровня обслуживания и обеспечение продукции предприятия и самого предприятия особой узнаваемостью. Наличие фирменного стиля косвенно гарантирует высокое качество товаров и услуг, так как оно свидетельствует об уверенности его владельца в положительном впечатлении, которое он производит на потребителя

Среди основных функций формирования фирменного стиля:

- Доверие. Если потребитель однажды убедился в качестве продукции (услуг), то это доверие будет в значительной степени распространяться на всю остальную продукцию фирмы. Кроме того, наличие фирменного стиля само по себе вызывает доверие.
- Реклама. Наличие фирменного стиля значительно повышает эффективность рекламы. Помимо этого, все объекты, содержащие элементы фирменного стиля фирмы, сами являются рекламой.

Понятие фирменный стиль введено теоретиками рекламы. За рубежом используется синонимы фирменного стиля, такие как «система фирменной идентификации», «координирование дизайна», «проектирование внешнего облика предприятия».

При стабильно высоком уровне других элементов комплекса маркетинга фирменного стиля обеспечивает ее владельцу следующие преимущества:

- помогает потребителю ориентироваться в потоке информации, быстро и безошибочно найти продукт фирмы, которая уже завоевала его предпочтение;
- позволяет фирме с наименьшими затратами выводить на рынок свои новые продукты;
- повышает эффективность рекламы;
- снижает расходы на формирование коммуникаций, как вследствие повышения эффективности рекламы, так и за счет универсальности компонентов фирменного стиля;
- обеспечивает достижения необходимого единства всей рекламы и других средств маркетинговых коммуникаций фирмы (напр. пропаганды: ведение пресс-конференций, выпуск престижных проспектов и т.п.);
- способствуют повышению корпоративного духа, объединяя сотрудников, вырабатывает чувство причастности к общему делу;
- положительно влияет на эстетический уровень и визуальную среду фирмы.

Если же подытожить все преимущества, которые дает фирменный стиль, то можно назвать ее одним из основных средств формирования благоприятного имиджа фирмы, образа марки.

Фирменный стиль на предприятии имеет большое значение и наряду с другими важными компонентами маркетинга, составляет отдельную сферу деятельности в области стимулирования продаж и маркетинга.

Прежде всего, необходимо отметить, что понятие фирменного стиля есть толкование в узком и широком смысле.

Под фирменным стилем в узком понимании подразумевается совокупность товарного знака (и присущих ему цветов), цветового и графического оформления деловых бумаг.

Большинство фирм ограничиваются именно таким толкованием фирменного стиля.

Фирменный стиль в широком понимании – это использование единственных принципов оформления, цветовых сочетаний и образов для всех форм рекламы (в печати, на радио, телевидение), деловых бумаг, технической и других видов документации, офиса, а иногда и одежды сотрудников.

Существует две точки зрения о том, когда необходимо разрабатывать собственный фирменный стиль:

- сразу, как только образовалась фирма;
- по мере накопления достаточного количества средств и закрепления устойчивых направлений деятельности.

Вполне вероятно, что фирма, только начинающая свою деятельность, не сможет охватить всю полноту такого явления, как фирменный стиль. С другой стороны, начав действовать на рынке без определенных атрибутов фирменного стиля, фирма упустит необходимое время, откладывая «на потом» формирование у потребителя образа фирмы. Более того,

определенный «рекламный базис» накопленный фирмой, будет утрачен, так как на рынке возникнет как бы совсем другая фирма с другими атрибутами фирменного стиля.

Основными элементами фирменного стиля являются:

- товарный знак;
- фирменная шрифтовая надпись (логотип);
- графический товарный знак;
- фирменный блок;
- фирменный слоган;
- фирменный цвет (цвета);
- фирменный комплект шрифтов;
- корпоративный герой;
- фирменная одежда;
- постоянный коммуникант (лицо фирмы);
- другие фирменные константы.

Товарный знак: знак обслуживания, торговая марка, фирменный знак, является центральным элементом фирменного стиля. Товарный знак являет собой зарегистрированный в установленном порядке изобразительные, словесные, объемные звуковые обозначения или их комбинации, которые используются владельцами товарного знака для идентификации своих товаров.

Фундаментом любого фирменного стиля служит его логотип. Стоит подчеркнуть, что логотип – это не просто изображение, это знак, и подходить к созданию логотипа стоит именно с этой позиции. Он должен быть максимально прост и отображать концепцию продукта на основе образных ассоциаций понятным для потребителей языком.

Фирменный блок - представляет собой традиционно, часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля чаще всего это изобразительный товарный знак (товарная эмблема) и логотип.

Фирменный блок может также содержать полное официальное название фирмы, его почтовые и банковские реквизиты. Иногда блок включает фирменный лозунг.

Фирменный слоган представляет собой постоянно используемый фирменный оригинальный девиз. Некоторые слоганы регистрируются как товарный знак.

Рекламный слоган – короткий лозунг или девиз, отражающий качество продуктов, обслуживания, направления деятельности фирмы, иногда в прямой, чаще в иносказательной или абстрактной форме.

Очень сложно сформулировать общие универсальные правила выбора слогана, однако есть несколько требований, которым он должен удовлетворять:

- Четкое соответствие общей рекламной цели;
- Краткость (краткая фраза легко запоминается);

- Слоган должен легко произноситься (в нем ни в коем случае не должны присутствовать труднопроизносимые слова);

- Использование по возможности оригинальной игры слов.

Рекомендуемые правила для написания слогана:

- Не перегружать своего читателя. Делать предложения короткими. Пользоваться простыми знакомыми словами.

- Говорить кратко - только то, что хочешь сказать, не больше и не меньше.

- Придерживаться настоящего времени и активного залога - это звучит живее. Прошедшее время и пассив должны использоваться лишь в исключительных случаях.

- Не бояться использовать личные местоимения. Помнить, что обращаешься лично к каждому: представь, что беседуете с другом.

- Избегать клише. Научиться обходиться без них. Яркие, необычные слова и фразы привлекают и удерживают внимание читателей.

- Не использовать слишком много придаточных предложений и вводных слов. Обилие запятых утомляет. Не давать своему читателю повода пересест на другой корабль.

- По возможности пользоваться сокращениями. Они смотрятся естественно. При разговоре люди постоянно пользуются сокращениями.

- Не хвастаться. Смотреть на все с читательской точки зрения. Избегать слов "мы", "нам", "наш".

- Придерживаться одного направления. Не пытаться сделать все сразу. За двумя зайцами погонишься - ни одного не поймаешь.

- Быть оптимистичным. Выражать эмоции. Воодушевление обязательно должно быть передано в тексте.

Фирменный цвет (цвета) также являются важнейшим элементом фирменного стиля, одним из компонентов общего образа фирмы. Цвет делает фирменный стиль более привлекательным, лучше запоминающимся, позволяющим оказать сильное эмоциональное воздействие. Фирменный цвет может иметь правовую защиту в случае соответствующей регистрации товарного знака в этом цвете.

Несмотря на то, что цвет является одним из составляющих фирменного стиля, но так же и одним из основных врагов качественного логотипа.

Одним из критериев непрофессионального подхода к созданию логотипа есть использование нескольких цветов, градиентные заливки, тени, полутона.

При этом нарушается один из основных признаков хорошего логотипа - практичность. Логотип должен быть воспроизведен в малых размерах, для нанесения. Логотип должен быть одинаково хорошо воспроизведён в краске или на экране, должен одинаково хорошо работать в черно-белом и цветном вариантах, а также в негативе.

О символизме цвета, его эмоциональном влиянии на человека написал один из самых известных исследователей Макс Люшер. Он исследовал закономерности этого влияния, зависимость влияния цвета от эмоционального состояния человека, открыл зависимость отношения к цвету от условий развития личности и многое другие закономерности связанные с цветом и его влияние на человека.

Макс Люшер установил, что определенный цвет вызывает у человека вполне определенные эмоции. Например, желто-красные тона создают чувство взволнованности, возбуждения. Синие, серые цветовые тона, напротив, действуют успокаивающе. Интересно, что свои исследования он проводил по заданию одной рекламной фирмы. Темно-синий цвет ассоциировался с ночным покоем, а желтый - с солнечным днем и его заботами. Красный цвет напоминал о крови, пламени и связанных с ними ситуациях, требующих высокой мобилизации, активности. Отношение к цвету определялось характером жизнедеятельности многих поколений, обретая устойчивость, а любое проявление жизнедеятельности в свою очередь всегда сопровождалось тем или иным эмоциональным состоянием. Поэтому и отношение к цвету всегда было и остается эмоциональным.

Фирменный комплект шрифтов. Он может подчеркивать различные особенности образа марки, вносить свой вклад в формирование фирменного стиля. Шрифт может восприниматься как «мужественный» или «женственный», «легкий» или «тяжелый», «элегантный» или «грубый», «деловой» и т.п. Задача разработчиков фирменного стиля найти «свой» шрифт, который вписывался бы в образ марки. Существует множество типов шрифтов, которые условно делятся на большие группы: латинские, рубленые, наклонные, орнаментированные и другие. Группы шрифтов включают большое количество гарнитур, отличающихся начертанием, шириной, насыщенностью и т.д.

Корпоративный герой – важная часть формируемого имиджа фирмы. Коммуникатор как бы персонифицирует сам себя, разрабатывая постоянный, устойчивый образ своего представителя.

Очень часто корпоративный герой наделяется некоторыми чертами, которые коммуникатор стремится включить в свой имидж. Шумный кролик Квики призван сместить маленьких любителей какао. Клоун Рональд Макдональд должен олицетворять в глазах маленьких посетителей ресторана дух веселого праздника с подарками и представлениями. Корпоративный герой может олицетворять фантазийно-идеальный образ потребителя, примером могут служить ковбой Marlboro и искатель приключений в рекламе Camel. Предполагается, что курильщик будет идентифицировать себя с этими героями.

Фирменный стиль в современной спецодежде указывает не только на принадлежность работника к фирме, но и соответствовать параметрам профессии.

Если говорить про банковских служащих, работников торговли, педагогов или врачей, то к их внешнему виду применяются требования, отличные от требований для производственных рабочих.

Деловой костюм должен соответствовать ряду требований: использование в одежде фирменного цвета, эмблем; соответствие современным тенденциям моды; цвет одежды выбирается не слишком светлым и не черным.

В ряде американских фирм пишут специальные кодексы какую одежду можно носить. Главное требование – элегантность, консерватизм и чувство меры. При этом следует помнить, что элегантность – понятие интернациональное. Достижение единства в разнообразии и разнообразия в единстве – путь развития фирменного стиля в одежде.

Внедряя принципы корпоративной культуры необходимо быть очень осторожным. Нельзя нарушать проявление индивидуальности сотрудника, особенности его личности. Поэтому попытка одеть всех в униформу и даже в строгие классические костюмы может привести к активному противостоянию сотрудников и снижению продуктивности труда. Прежде всего это касается творческих организаций и ряда других.

Другие фирменные константы некоторые элементы деятельности фирмы, в том числе в сфере коммуникаций, характеризуются постоянством, обязательным и долговременным характером использования, играет настолько важную роль в формировании образа фирмы, что могут быть отнесены к элементам его фирменного стиля. К указанным константам могут относиться:

- различные эмблемы фирмы, не получившие в силу каких либо причин правовую защиту и не являющимися товарными знаками;
- фирменные особенности дизайна;
- оригинальные сигнатуры и пиктограммы – абстрактные графические символы;
- определенные внутрифирменные стандарты;
- формат изданий, на всю печатную продукцию можно распространить определенный оригинальный формат, что способствует лучшей узнаваемости информационно - рекламных материалов.

Основными носителями фирменного стиля могут выступать:

- элементы делопроизводства: фирменные бланки, конверты, папки регистраторы, записные книжки, настольные ежедневники;
- реклама в прессе;
- печатная реклама: листовки, проспекты, каталоги;
- рекламные сувениры: пакеты из полиэтилена, авторучки, настольные приборы, сувенирные поздравительные открытки;
- наружная реклама: указатели, вывески, оформление офиса, фирменная одежда сотрудников, значки, нашивки, изображение на бортах транспортных средств фирмы;

- средства пропаганды: пропагандистский проспект, оформление залов для пресс-конференций, вымпелы;
- выставочный стенд;
- документы и удостоверения: пропуска, визитные карточки, удостоверения сотрудников, значки студентов, приглашительные билеты;
- элементы служебных интерьеров: панно на стенах, настенные календари, наклейки большого формата. Нередко весь интерьер оформляется в фирменных цветах;
- другие носители: фирменное рекламное знамя, односторонний и двусторонний вымпел, фирменная упаковочная бумага, ярлыки.

Таким образом, можно сделать вывод - эффективность фирменного стиля зависит от правильного сочетания его элементов: подбора цветов, форм, линий, звуков, корпоративного героя. Носителями фирменного стиля могут выступать рекламные сувениры, реклама в прессе, листовки, каталоги и др. При формировании фирменного стиля целесообразно сначала выделить главное, создать определенный образ, а затем разрабатывать новые составляющие фирменного стиля и изготавливать те или иные его носители.

Стандартная деятельность по внедрению фирменного стиля организации может, включает в себя следующее:

- Распространение приказа о соблюдении фирменного стиля.
- Распространение внутренних разъяснительных писем по стилю.
- Проведение внутренних семинаров по фирменному стилю.
- Тренинги для секретарей ресепшн.
- Оформление офиса компании в фирменном стиле.
- Изготовление в фирменном стиле одежды сотрудников, занятых на производстве или в магазинах компании.
- Оформление дверных табличек и вывесок компании в фирменном стиле.
- Нанесение элементов фирменного стиля на продукцию компании.
- Изготовление сувенирной продукции с элементами фирменного стиля компании.
- Изготовление рекламно-полиграфической продукции с элементами фирменного стиля компании.
- Наружная реклама с элементами фирменного стиля компании.
- Реклама в СМИ с элементами фирменного стиля компании.
- Интернет сайт с элементами фирменного стиля компании.
- Использование фирменного стиля во время участия в конференциях и выставках, проведении специальных мероприятий.

В современном мире представления о вещах все большее место занимают визуализированные программы, позволяющие сделать видеоряды с рекламой продукта и представить его с разных углов зрения. Потребитель, таким образом, сразу может оценить все выгоды нового и не размышляя долго купить продукт.

## Глоссарий

*Абстрагирование* – мыслительная деятельность, направленная на отвлечение от ряда свойств предмета, выделение его главных особенностей.

*Ансамбль* – сочетание предметов и элементов одежды, составляющих общее художественное целое.

*Асимметрия* – отсутствие или нарушение симметрии.

*Байер* – человек, контролирующий закупку ассортимента в магазинах модной одежды и обуви.

*Бэкстейдж* – вид репортажной съемки узкого направления. Показывает все, что происходит за кулисами любого дефиле, фотосессии, и тп.

*Гарнитур* – несколько элементов костюма, выполненных в едином стиле (чаще всего из одного материала).

*Геометрический вид* – свойство формы, определяемое соотношением ее размеров по трем координатам пространства. Характеризуется прямолинейностью и криволинейностью поверхности.

*Гигроскопичность* – способность ткани впитывать влагу из окружающей среды (воздуха).

*Дизайн* – творческая проектная деятельность, целью которой является создание гармоничной среды, наиболее полно удовлетворяющей материальные и духовные потребности человека.

*Динамика* – неустойчивое положение формы в пространстве с элементами движения внутри формы при общей её статичности.

*Диссимметрия* – частичное нарушение симметрии.

*Капсульная коллекция* – самостоятельная отдельная коллекция какого-либо бренда, ограниченная в тираже и выполненная специально приглашенным дизайнером.

*Кинетизм* – вид художественного творчества, в основе которого лежит идея движения, любого её изменения, относится к методу трансформации.

*Коллекция* – несколько швейных моделей, объединенных общей идеей или отвечающих единой тематике.

*Комбинаторика* – комбинирование различными способами форм и их элементов.

*Комплект* – набор швейных изделий, составляющий костюм как единое целое.

*Контраст* – резко выраженное противопоставление форм, размеров, пластики, цветов, фактур, стилей и т. д.

*Лимитированная коллекция* – коллекция с ограниченным выпуском продукции, состоит из эксклюзивных и дорогих в производстве моделей, может выходить в рамках каких-либо проектов – социальных, экологических и т.д.



*Лукбук* – серия фотографий с образами, которые специально были созданы стилистами.

*Масштаб* – относительная величина предмета.

*Масштабность* – соразмерность формы костюма и ее элементов фигуре человека.

*Мода* – культурное, социальное явление, которое подвержено циклическим изменениям.

*Модель* – единичный образец одежды, головного убора или другого изделия.

*Нюанс* – незначительное различие характеристик с элементами подобия.

*От кутюр* – единичные высокохудожественные изделия, которые входят в коллекции одежды ультра-класса относят к категории «высокая мода».

*Пластика* – значимое свойство формы костюма, выражающее и раскрывающее его художественно-проектный образ.

*Прет-а-порте* (фр. *pret-a-porter* или англ. *Ready-to-Wear*) – одежда от именитых дизайнеров, которая тиражируется для реализации в массовом производстве.

*Реплика* – это точная копия оригинального изделия известного бренда.

*Ритм* – чередование каких-либо элементов костюма, происходящее с определенной последовательностью, частотой.

*Семейство* – группа швейных изделий, раскроенных на единой конструктивной основе (чертежи ключевых деталей одежды – рукавов, спинок, полочек).

*Силуэт* – плоскостное однотонное изображение предмета, одежды, дает четкое представление об объемности одежды и характеризует форму костюма.

*Симметрия* – соразмерное, пропорциональное расположение элементов по отношению к центру или середине.

*Соподчинение* – подчинение второстепенных элементов композиции главному, или композиционному центру.

*Статика* – устойчивое положение формы в пространстве.

*Стилизация* – формализация объемно-пластических, колористических и графических мотивов, их упрощение, обобщение в целях достижения желаемого смыслового и декоративного впечатления, художественной выразительности.

*Стиль* – то, что отличает одного человека от другого. Он складывается на основе индивидуальных особенностей личности. Стиль формирует одежда, манеры, образ жизни, возраст и вкусы.

*Творческая концепция* – основная идея, ценностное, смысловое содержание проекта. Концептуальность – общая творческая установка, составляющая суть проектной культуры.

*Тождество* — равенство характеристик форм, размеров, пластики, цвета, фактур.

*Тотал Лук* — образ, составленный из одежды, обуви и аксессуаров одного бренда («образ с подиума»), либо выполненный в одном цвете.

*Трансформация* — преобразование, изменение, превращение каких-либо уже существующих форм или объектов в новые, ранее не существовавшие.

*Тренд* — актуальное и краткосрочное направление, периодически повторяющаяся тенденция в моде. Имеет временной показатель и устанавливается на два сезона (весна-лето или осень-зима).

*Фор-эскиз* — фиксация первоначальных замыслов модели одежды, образ будущего костюма.

*Эвристика* — наука, изучающая продуктивное творческое мышление.

*Эскизирование* — графический этап работы дизайнера над проектированием модной одежды.

*Художественный образ* — образ искусства, который создаётся автором с целью наиболее полно раскрыть свой художественный замысел. Весь смысл этого художественного образа раскрывается лишь в коммуникации автора продукта и его потребителя. Конечный результат зависит от личности, целей и даже настроения самого потребителя, который столкнулся с этим художественным образом в данный момент времени.

*Художественный образ в костюме* — гармоничное единство костюма и его носителя человека, функционирующего в конкретной среде. Создание целостного художественного образа человека и костюма — главная задача дизайнера одежды в современном обществе.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амирова Э.К., Сакулина О.В., Сакулин Б.С., Труханова А.Т. Конструирование одежды: Учебник для студ. Учреждений сред. Проф. Образования. – М.: Мастерство, 2002. – 496 с.
2. Андросова, Э.М. Основы художественного проектирования костюма: Учебное пособие / Э.М. Андросова – Челябинск: Издат. дом «Медиа-Принт», 2004. – 184 с., ил.
3. Аронова В.Р., Сидоренко В.Ф. Дизайнерское образование. История. Теория. Практика / Под общей редакцией В.Р. Аронова, В.Ф. Сидоренко. – М.: МГТУ им. А.Н.Косыгина, 2007.-48с.
4. Берианидзе, М.А. Разработка коллекции женской одежды по источнику творчества «Роман Ч. Диккенса «Приключения Оливера Твиста» // Межрегиональная научно-практическая конференция с международным участием «Развитие креативности личности в современном образовательном пространстве», Елец, 28 апреля 2016 г. – С. 125
5. Берианидзе, М.А. Литература и кинематограф как источник творчества дизайнера (на примере произведения Ч. Диккенса «Оливер Твист») // Международная научная конференция «Молодые исследователи – регионам», Вологда, 18-19 апреля 2017 г. – С. 350
6. Берианидзе, М.А. Особенности конструктивных форм плечевого пояса и моделирования рукавов женской одежды конца XX в. – нач. XXI в. // Всероссийская научно-практическая конференция студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Научные исследования: история, образование и культура, сфера дизайна и туризма», Елец, 6 апреля 2017 г. – С. 169
7. Берианидзе, М.А. Развитие креативности личности в процессе фор-эскизного рисования // Международная научная конференция «Развитие креативности личности в современном образовательном пространстве», Елец, 25 апреля 2017 г. – С. 390
8. Берианидзе, М.А. Функции дизайна в социокультурной среде // Сборник научно-исследовательских работ студентов Всероссийского конкурса «Современные тенденции развития науки в молодежной среде», Елец, 1 марта – 21 апреля 2017 г. – С. 559
9. Бердник, Т. О. Дизайн костюма / Т. О. Бердник, Т. П. Неклюдова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. - 448 с.
10. Бердник, Т.О. Моделирование и художественное оформление одежды/ Т. О. Бердник. – Ростов н/Д: Издательство «Феникс», 2015. – 372 с.

- 11.Бердник, Т.О. Основы художественного проектирования костюма и эскизной графики/ Т. О. Бердник. – Ростов н/Д: Издательство «Феникс», 2015. – 380 с.
- 12.Бердяев, Н. А. Кризис искусства/ Н. А. Бердяев – М.: Интерпринт, 2010. – 100 с.
- 13.Бузов, Б. А. Материаловедение в производстве изделий легкой промышленности. Швейное производство: Учебник для вузов (Гриф МО) /Б. А. Бузов, Н. Д. Алыменкова. – 2 -е изд., стереотип. – М.: Академия, 2014. – 448 с.
- 14.Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стилль: Введение в философию дизайна/ Т. Ю. Быстрова – Екатеринбург. - 2009. – 203с.
- 15.Вершинин Г. В. Хрестоматия по дизайну / под ред. Г. В. Вершинина.— Тюмень : Институт дизайна, 2005.— 1056 с.
- 16.Власов, В.Г. Теоретико-методологические концепции искусства и терминология дизайна // Диссертация на соискание степени доктора искусствоведения. С-Пб., 2009. – 309с.
- 17.Гордон, Л. Рисунок. Техника рисования фигуры человека /Л. Гордон; Пер. О. Озеровой. – М.: Изд-во Эксмо, 2014. - 144 с.
- 18.Гусейнов, Г.М. Композиция костюма: учеб. пособие /Г.М. Гусейнов, В.В. Ермилова, Д.Ю. Ермилова и др. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 432 с.: ил.
- 19.Гусейнов Г. М., Ермилова В. В., Ермилова Д. Ю. Композиция костюма/ Г.М. Гусейнов, В.В. Ермилова, Д.Ю. Ермилова и др. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 538 с.
- 20.Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю. Моделирование и художественное оформление одежды/ В. В. Ермилова, Д. Ю. Ермилова. – М.: Мастерство; Издательский центр «Академия»; Высшая школа, 2000. – 421 с.
- 21.Захаржевская, Р.В. История костюма: От античности до современности. – М.: РИПОЛ классик, 2004. – 288 с.
- 22.Иттен И. Искусство цвета / И. Иттен; [пер. с нем. и предисл. Л. Монаховой].— М. : Д. Аронов, 2004.— 96 с.
- 23.Канунникова, Т. А. Взаимосвязь инновационных процессов в искусстве и художественной педагогике // Педагогика: традиции и инновации: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2013 г.). Челябинск: Два комсомольца, 2013.
- 24.Кирцер, Ю.М Рисунок и живопись. Изд. 3 стереотипное. – М.: Изд-во Высшая школа, Академия А, 2000. – 237 с.
- 25.Киселева, Т. В. Анализ приемов формообразования модной женской одежды/ Т. В. Киселева, С. С. Киселев // Материалы докладов 54-й научно-практической конференции преподавателей и студентов: в 3-х ч. – Благовещенск: БГПУ, 2004.

26. Козлова, Т. В. Костюм. Теория художественного проектирования. (При участии Заболотской Е.А., Рыбкиной Е.А.). Учебник для вузов/Т.В. Козлова – М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2015. – 380 с.
27. Мальцева В.А. Художественная графика: учебно-методическое пособие. – Елец: ЕГУ им. И.А. Бунина, 2016. – 68 с.: ил.
28. Медведев В.Ю. Стиль и мода в дизайне // Учебное пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб.: СПГУТД, 2014. – С. 256.
29. Милякова, А.Л. История школьной формы в России // Сборник научно-исследовательских работ студентов Всероссийского конкурса «Современные тенденции развития науки в молодежной среде», Елец, 1 марта – 21 апреля 2017 г. – С. 633
30. Милякова, А.Л. Революция и романтизм // Всероссийская научно-практическая конференция студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Научные исследования: история, образование и культура, сфера дизайна и туризма», Елец, 6 апреля 2017 г. – С. 194
31. Милякова, А.Л. Японский стиль в творчестве дизайнеров костюма// Международная научная конференция «Развитие креативности личности в современном образовательном пространстве», Елец, 25 апреля 2017 г. – С. 234
32. Минервина Г. Б. , Шимко В. Т. Дизайн : Основные положения. Виды дизайна. Особенности дизайн-проектирования. Мастера и теоретики: Ил. слов.-справ. / под общей ред. Г. Б. Минервина, В. Т. Шимко.— М., 2004.— 283 с.
33. Мосоров А.М., Мосорова Н.Н. Теория дизайна/ Н. Н. Мосорова, А. М. Мосоров – Екатеринбург. – 2008. – 168с.
34. Мосорова Н.Н. Философия дизайна: социально-антропологические проблемы/ Н. Н. Мосорова. – Екатеринбург. – 2015. – 307с.
35. Нестеренко О.И. Краткая энциклопедия дизайна / О. И. Нестеренко.— М. : Мол. гвардия, 1994.— 334 с.
36. Плахов В.Д., Плахова А.В. Философия дизайна/ А. В. Плахова, В. Д. Плахов. – СПб.: СПГУТД. - 2010. – 265с.
37. Петушкова Г. И. Проектирование костюма // Учебник для вузов. – Гриф УМО – М.: Академия, 2015. – С. 416.
38. Рачицкая, Е.И. Сидоренко В.И. Моделирование и художественное оформление одежды. /Е.И. Рачицкая, В.И. Сидоренко – Ростов н/Д.: «Феникс», 2012. – 608 с.
39. Розенсон И.А. Основы теории дизайна : учебник для вузов / И. А. Розенсон.— СПб. : Питер, 2010.— 200 с.
40. Рунге В.Ф., Сеньковский, В.В. Основы теории и методологии дизайна: учеб. пособие (конспект лекций) /В.Ф. Рунге, В.В. Сеньковский – М.: МЗ-Пресс, 2003. – 252 с.

- 41.Рытвинская, Л.Б. Основы формообразования костюма (архитектоника): учеб.пособие /Л.Б. Рытвинская. – М.: Альфа-М, 2016. – 72 с.
- 42.Сафина, Л.А. Дизайн костюма/ Л. А. Сафина. – Ростов н/Д: «Феникс», 2006. – 310 с.
- 43.Уинифред, Алдрич Английский метод конструирования и моделирования. Женская одежда. / У. Алдрич. – Москва: издательский дом «Эдипресс-Конлинга» 2009. – 210 с.
- 44.Устин, В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учеб.пособие. – 2-е изд., уточненное и доп. /В.Б. Устин. – М.: АСТ: Астрель, 2007. – 239 с.
- 45.Янчевская, Е. А. Конструирование одежды. Учебник для вузов (Гриф УМО) /Е. А. Янчевская. – М.: Академия, 2005. – 384 с.

## СОДЕРЖАНИЕ

	Введение	3
1	ОСНОВЫ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ КОСТЮМА	5
1.1	Дизайн костюма как явление моды и культуры	5
1.2	Методы проектирования костюма	8
1.3	Основные понятия эргономики в дизайне костюма	11
1.4	Средства гармонизации костюма	21
1.5	Системы организации элементов костюма	25
1.6	Оптические иллюзии в костюме	29
2	ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ КОЛЛЕКЦИИ КОСТЮМА	35
2.1	Роль модных тенденции в индустрии моды	35
2.2	Источник творчества дизайнера. Стилизация. Трансформация	37
2.3	Эскиз как основа проектирования костюма	40
2.4	Дизайн-конструирование и выполнение проекта в материале	44
2.5	Процесс создания художественного образа в дизайне костюма	60
2.6	Фирменный стиль в дизайне костюма	62
	ГЛОССАРИЙ	72
	СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	75
	СОДЕРЖАНИЕ	79
	ПРИЛОЖЕНИЯ	80

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПЛАНШЕТ ИДЕЙ



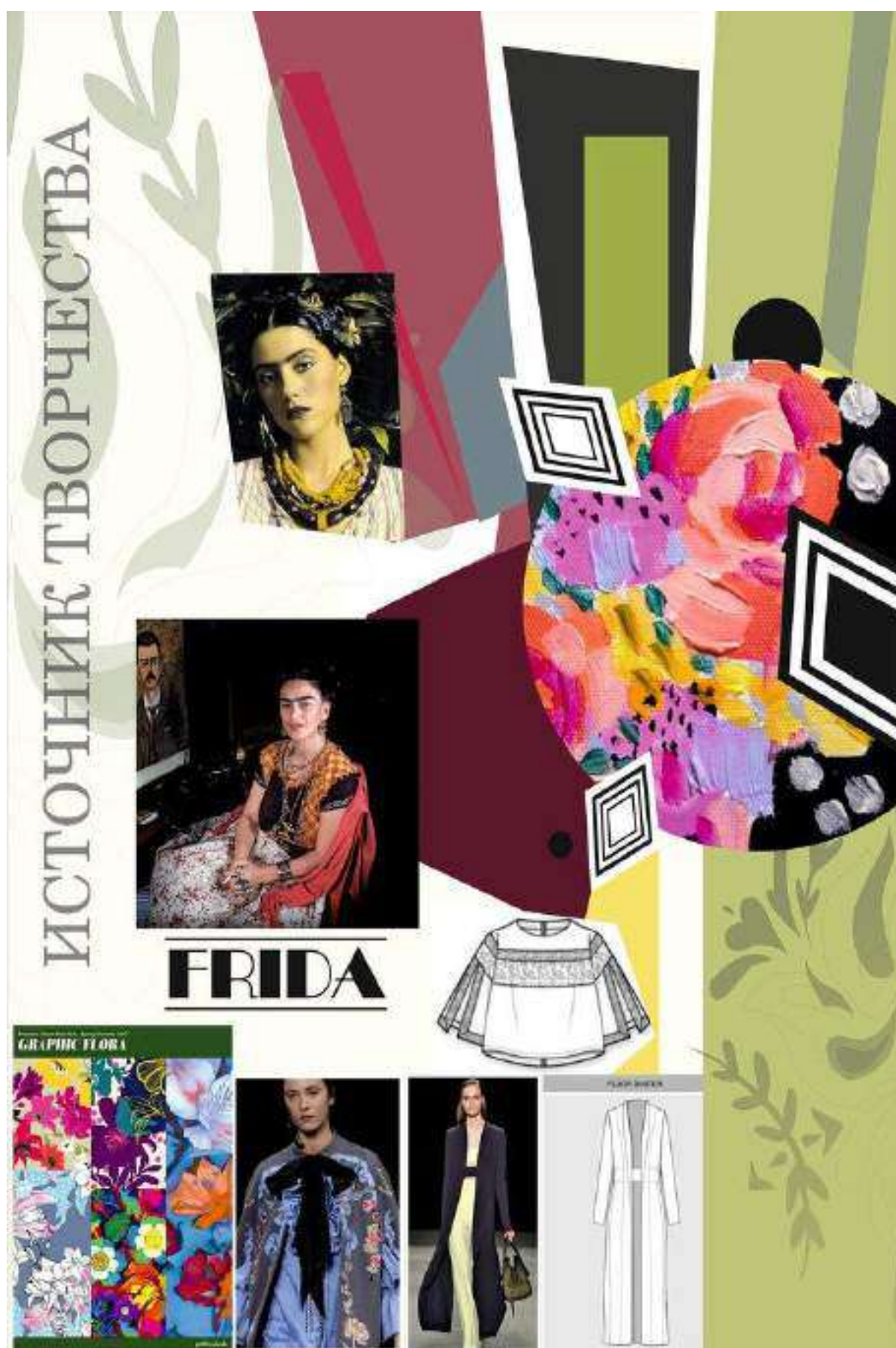
Планшет идей. Коллекция "Оливер", автор М. Берианидзе





Планшет идей. Коллекция "Сны Матисса", автор А.Милякова





Планшет идей. Коллекция "Фрида", автор А.Милякова



Планшет идей. Коллекция "Поколение А", автор И. Аброськина



Планшет идей. Коллекция "Сарир", автор К. Ирицян



## ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ФОР-ЭСКИЗ



Фор-эскиз по источнику творчества "Народный костюм"



Фор-эскиз по источнику творчества "Живопись А. Матисса"



Фор-эскиз по источнику творчества "Литература и кинематограф"



Фор-эскиз по источнику творчества "Революция"

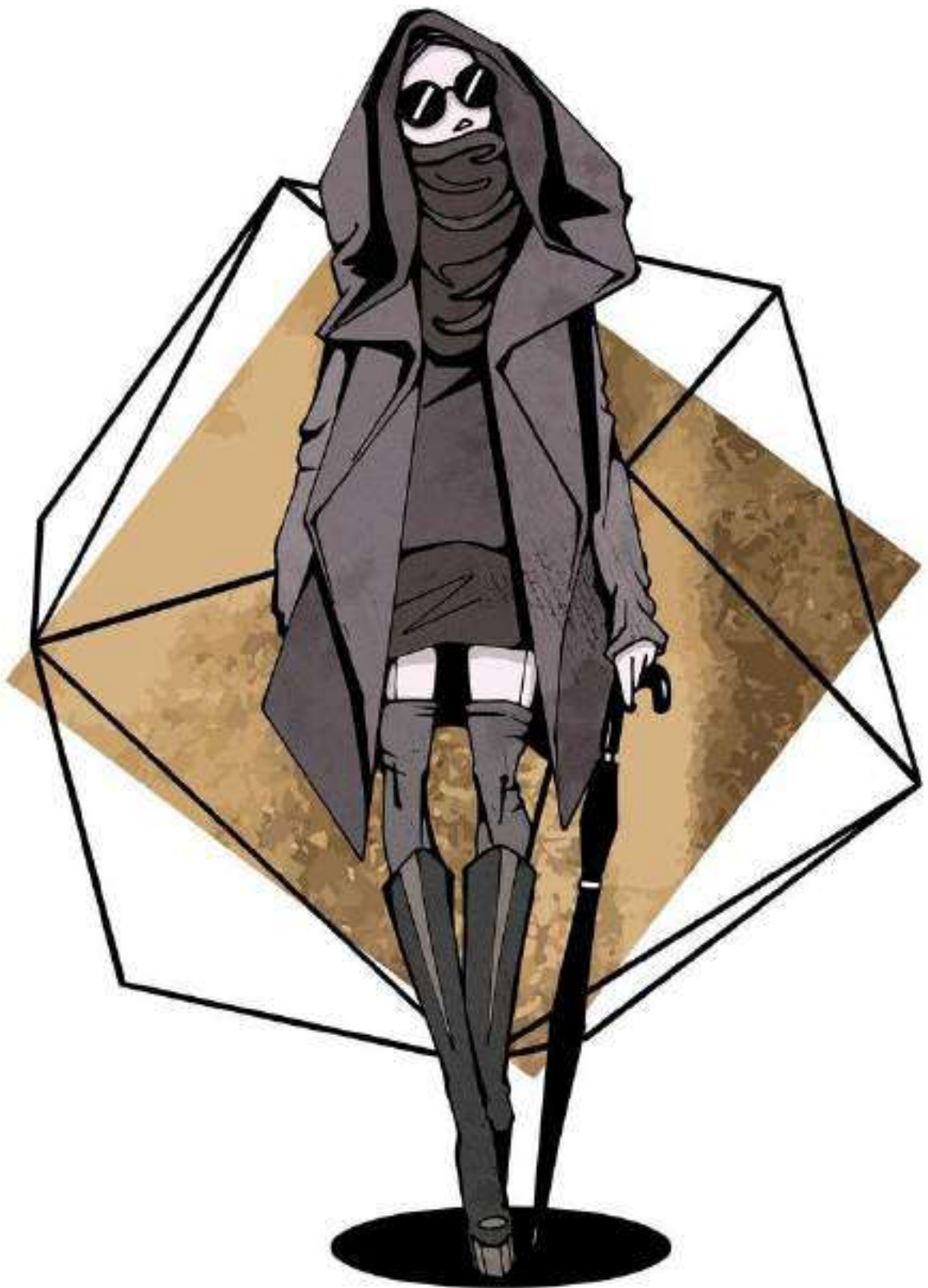




Фор-эскиз по источнику творчества "Скандинавская мифология"



Фор-эскиз по источнику творчества "Этнические мотивы"



Фор-эскиз по источнику творчества «Минерал»



## ПРИЛОЖЕНИЕ 3.

### МОДЕЛИРОВАНИЕ И КОНСТРУИРОВАНИЕ

Лекала базовой  
конструкции



Лекала модельной  
конструкции



Конструктивное  
моделирование

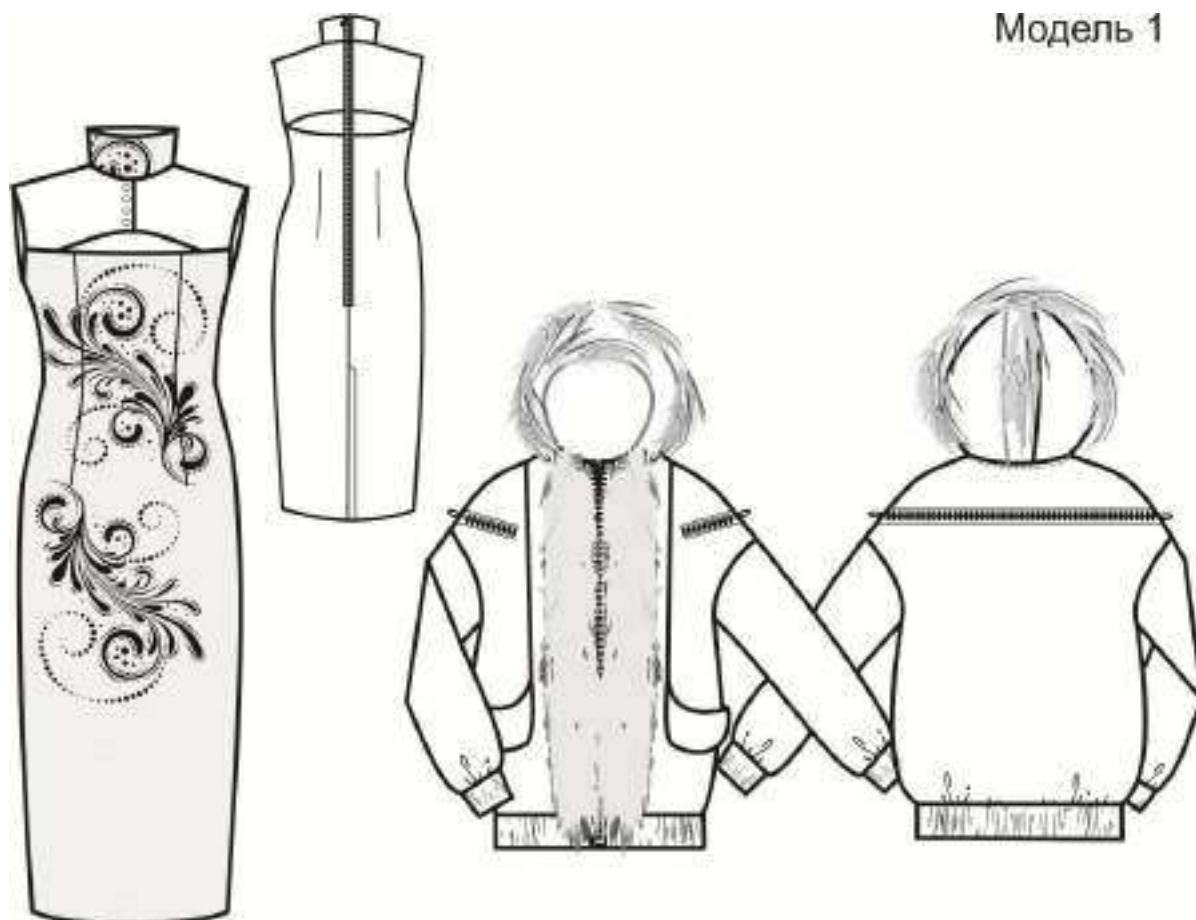


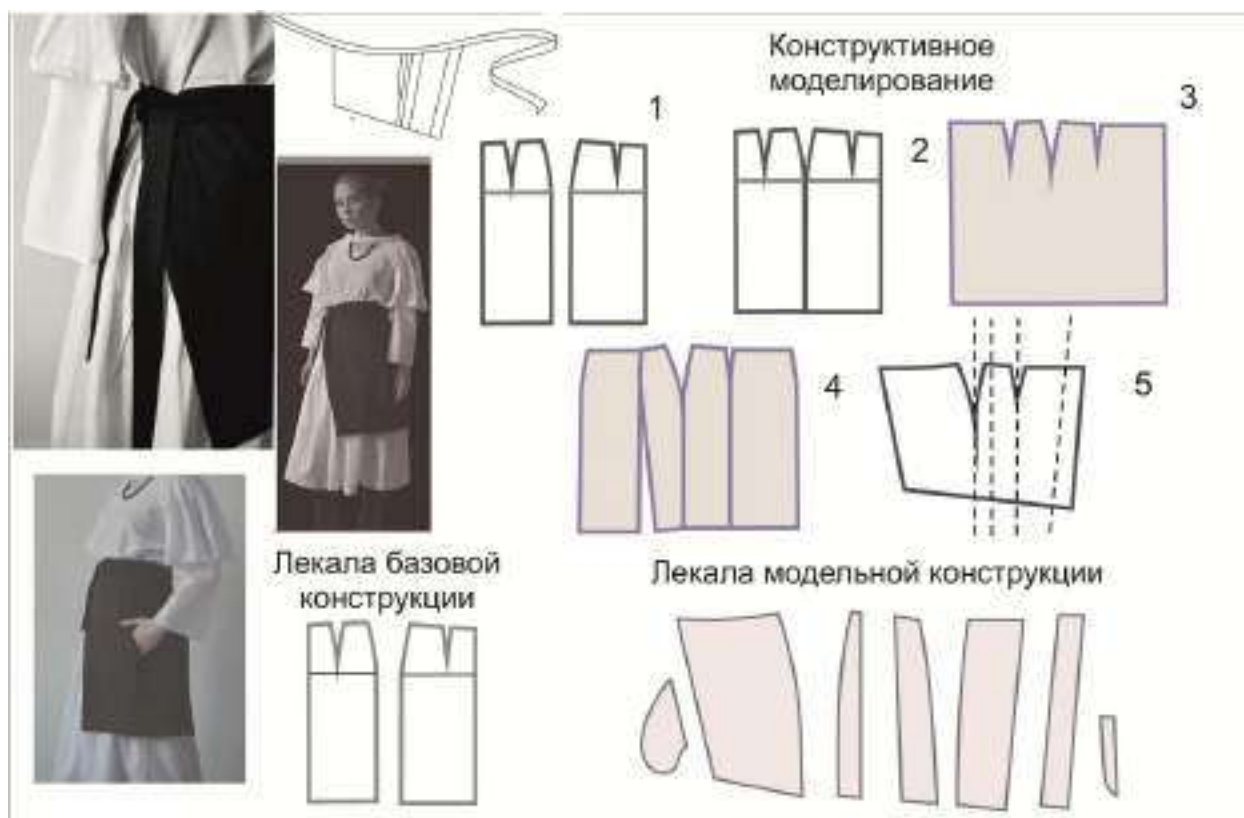
Технический рисунок





Модель 1



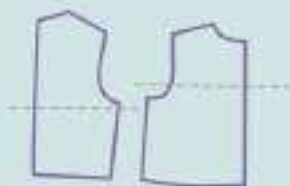




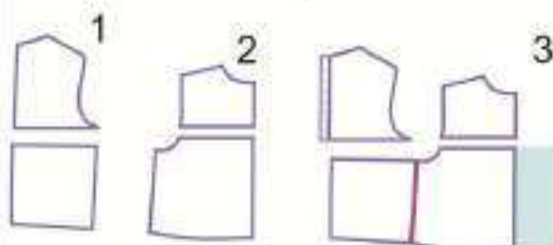
Лекала базовой конструкции



Лекала базовой конструкции



Конструктивное моделирование



Лекала модельной конструкции

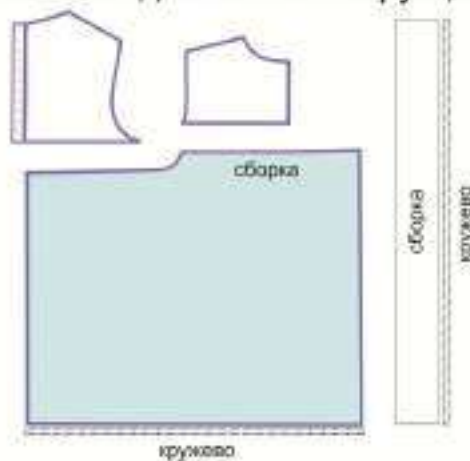






Рис. . Коллекция "Линкорн". А. Румянцева

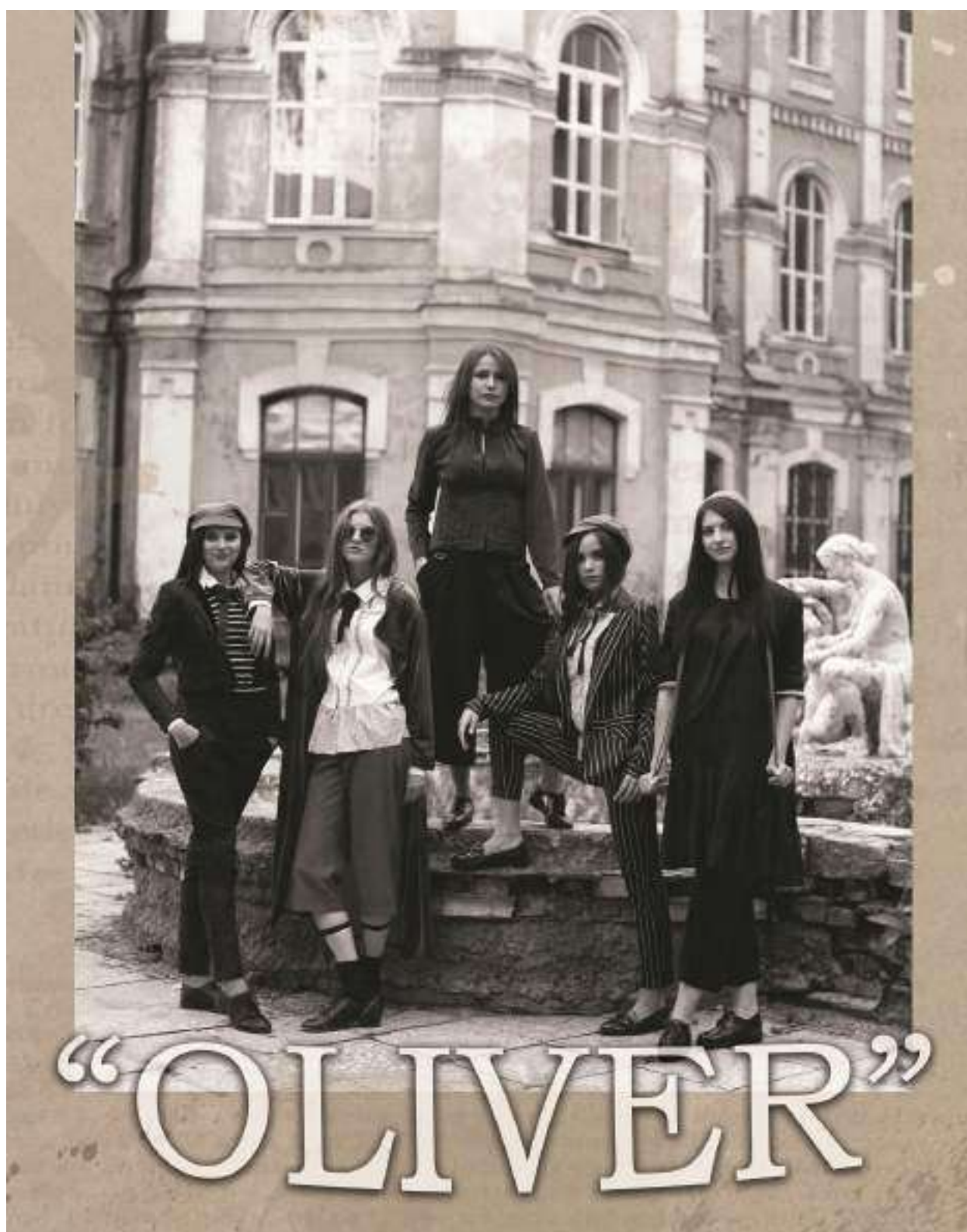
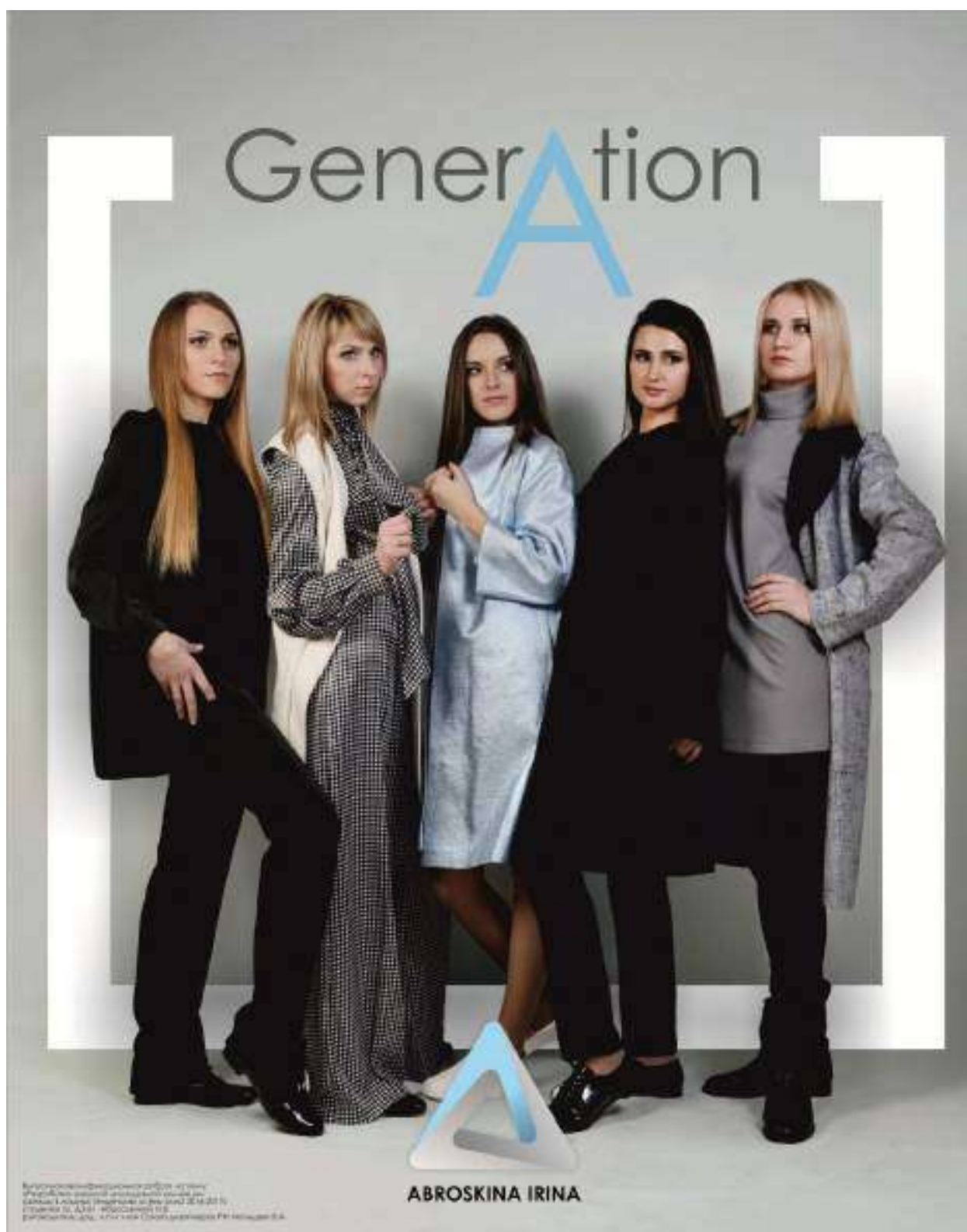


Рис. . Коллекция "Оливер". М. Берианидзе





Коллекция "Поколение А". И. Аброськина



Коллекция "Иггдрасиль". Л. Косарева



Коллекция «Бионика». Р. Теуважуков





Коллекция "Переступи черту". Л. Косарева





Коллекция "Городское лето". Ек. Микулинская



Коллекция "Фрида". А. Милякова.



Коллекция "Бисной кудряш". И. Захаренко.



Коллекция "Сарир". К. Ирицян.



Коллекция "Куклы стали большими". О. Поршнева.





Коллекция «Блеск саванны». Т. Токарева.



Коллекция «Несущие свет». О. Ведешкина

## ПРИЛОЖЕНИЕ 5. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ



Фирменный стиль. Коллекция "Кильватер". Автор Ек. Бекетова





Фирменный стиль. Коллекция "Оливер". Автор М. Берианидзе



Фирменный стиль. Коллекция "Поколение А". Автор И. Аброськина



Фирменный стиль. Коллекция "Умка". Автор К. Макарова





Фирменный стиль. Коллекция "Осенний возраст". Автор В. Смолина



Фирменный стиль. Автор Ек. Таранова