

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА
сборник учебно-методических материалов

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль) образовательной программы: «Дизайн костюма»

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
факультета дизайна и технологии
Амурского государственного
университета*

Составитель: Санатова С.В.

Проектирование в дизайне костюма: сборник учебно-методических материалов направления подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) образовательной программы: «Дизайн костюма»– Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017, 79 с.

© Амурский государственный университет, 2017

© Кафедра дизайна, 2017

© Санатова С.В., составление

Содержание

1	Краткое изложение лекционного материала	4
2	Методические рекомендации к практическим занятиям	59
3	Методические указания для самостоятельной работы студентов	69
4	Методические указания к выполнению курсового проекта	75
5	Рекомендуемая литература	76
	Приложение 1. Титульный лист пояснительной записки КП	77
	Приложение 2. Лист Задания к выполнению КП	78

1. КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ЛЕКЦИОННОГО МАТЕРИАЛА

Все лекции проводятся в формате Презентаций с сопровождением показа иллюстраций.

2 курс, 3 семестр

1.1 Тема: Теоретические основы дизайна одежды.

"Дизайн" в переводе с английского означает «замысел», «проект», «узор» («замышлять», «проектировать»). В более узком, профессиональном понимании дизайн означает проектно-художественную деятельность по разработке промышленных изделий с высокими потребительскими и эстетическими качествами, деятельность по организации комфортной для человека предметной среды - жилой, производственной, социально-культурной. В эпоху Ренессанса в Италии существовало понятие «designo» - «проекты, рисунки, лежащие в основе работы, идеи». Сегодня дизайн - это комплексная междисциплинарная проектно-художественная деятельность, интегрирующая естественнонаучные, технические, гуманитарные знания, инженерное и художественное мышление, направленная на формирование на промышленной основе предметного мира в чрезвычайно обширной "зоне контакта" его с человеком во всех без исключения сферах жизнедеятельности. центральной проблемой дизайна является создание культурно- и антропосообразного предметного мира, эстетически оцениваемого как гармоничный, целостный.) Отсюда особая важность для дизайна - это использование наряду с инженерно-техническими и естественнонаучными знаниями средств гуманитарных дисциплин - философии, культурологии, социологии, психологии, семиотики и др. Все эти знания интегрируются в акте проектно-художественного моделирования предметного мира, опирающегося на образное, художественное мышление.

Современность и стайлинг. В отличие от художника или архитектора дизайнер, как правило, не имеет конкретного заказчика. Он разрабатывает свое изделие для широкого круга потребителей или определенной социальной группы (одежда для пожилых или молодежи, мебель для инвалидов и т.д.). Главным критерием, оценивающим его работу, является рынок. Поэтому создаваемые формы должны быть современными, модными, отвечающими эстетическим запросам пользователей. В противном случае дизайн останется невостребованным. Острое чувство современности - обязательная черта успешной деятельности дизайнера. Дизайнер в своем творчестве должен быть на полшага впереди моды, предугадывая ее развитие.

Целый ряд изделий, особенно мебель, бытовые приборы и посуда, на протяжении десятилетий функционально практически не меняются. Однако дизайнеры продолжают работать над их формой, занимаясь *стайлингом (styling)* -формально-эстетической модернизацией, при которой изменению подвергается исключительно внешний вид изделия, не связанный со сменой функции и не касающийся улучшения его технических или эксплуатационных качеств. Главная цель стилизации - придание изделию нового коммерчески выгодного вида.

Отличительной чертой дизайна, выделяющей его среди других видов проектно-художественной деятельности, является его ориентация на инновации. Законы рынка требуют постоянного поиска быстрого внедрения в производство самых последних научно-технических достижений, новейших материалов и технологий, направленных на оптимизацию выпускаемой продукции, достижение максимального экономического эффекта. Поэтому современная дизайнерская деятельность связана с узкой специализацией в определенной области, глубоким анализом ситуации, всесторонним изучением объекта проектирования. Дизайнеру, в особенности индустриальному дизайнеру, приходится быть новатором и изобретателем, создавая принципиально новые, зачастую даже не имеющие аналогов, вещи.

Дизайн одежды и аксессуаров. Еще недавно, в 60-70-е годы, мода подразделялась на уникальные работы художника-модельера, дизайнера и серийно выпускаемую продукцию модельера швейной индустрии. Сегодня и эксклюзивные произведения «от кутюр» (haute couture), и серийную продукцию швейной индустрии «прет-а-порте» (pret-a-porter) относят к дизайну одежды.

Дизайн костюма как творческая деятельность. Стил и стилизация в дизайне.

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.

1.2. Тема: Классификация одежды.

Основные понятия и терминология в проектировании костюма. Проектирование одежды различного ассортимента.

В зависимости от способа ношения, характера крепления на теле человека и кроя одежда подразделяется на следующие виды:

- драпированная (некроеная, несшитая) – это одежда из одного куска ткани, которым обертывают или драпируют тело;
- накладная – это одежда, которую надевают через голову. Она может быть несшитой – в виде куска ткани с вырезанным отверстием для головы (древние плащи, пончо), может быть кроеной и сшитой (туникообразный покрой, если основой такой одежды является согнутое пополам полотнище ткани без плечевых швов – тип туники или рубахи);
- распашная – это кроеная и сшитая одежда, имеющая спереди застежку сверху донизу (тип халата или кафтана);
- кроеная и сшитая европейского типа – это одежда, повторяющая формы тела человека за счет кроя, который представляет собой развертки объемных форм на плоскости (рельефы, выточки и т.п.).

Современная одежда подразделяется на ассортиментные группы в зависимости от назначения и использования в различных сферах деятельности **современная одежда делится на группы**: по половозрастному признаку, способу изготовления, сезону, назначению (на бытовую, спортивную, производственную, форменную, зрелищную и т.д.).

Ассортиментной группой называется ряд промышленных изделий, выполняющих одну функцию (ряд изделий одного назначения).

Ассортимент – ряд промышленных изделий, сформированный комплексно на основе выявленной и научно обоснованной структуры потребностей и реализуемый как номенклатура продукции, производимой промышленностью; набор или перечень товаров по видам, наименованиям, назначению, сортам и применяемому сырью.

Ассортимент швейных изделий многообразен и включает в себя все виды одежды и головных уборов для мужчин, женщин и детей.

Каждый вид изделия имеет большое количество разновидностей. В промышленности принята определенная классификация швейных изделий.

Весь ассортимент по общему назначению делится на пять классов:

- бытовые изделия;
- спортивные изделия;
- спецодежда;
- ведомственные изделия;
- национальная одежда.

Каждый класс по условиям эксплуатации подразделяется на пять групп: верхняя одежда; легкое платье; белье и швейная галантерея; головные уборы; инвентарь, снаряжение и другие изделия.

Группы делятся на подгруппы в зависимости от модельно-конструктивных признаков и употребления:

- пальто, костюмы, платья, блузки юбки и другие платьевые изделия;
- белье нательное, постельное, столовое;
- полотенечно-платочные изделия;
- швейная галантерея;
- головные уборы и др.

Изделия, входящие в подгруппы, делятся по видам, которые характеризуются шестью признаками:

- видовым наименованием (пальто, бушлат, шинель, плащ и т. д.);
- полом (мужская, женская одежда);
- возрастом (пять возрастных детских групп и три возрастные группы взрослого населения);
- сезонностью (зимние, летние, демисезонные, внесезонные изделия);
- видом основных тканей и материалов (шерстяные, шелковые, хлопчатобумажные ткани и др.);
- назначением (парадная, выходная, повседневная, домашняя, рабочая, специальная одежда).

ГОСТ 10581-91 Изделия швейные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение.

1.3. Тема: Проектирование серии изделий в системе «семейство»

Общие принципы формообразования одежды в процессе художественного проектирования определяются основами композиции. Художественное проектирование занимается созданием большого ассортимента одежды разнообразного назначения, что обуславливает необходимость различного подхода к разработке форм, учитывающего требования удовлетворения вкуса, направления моды, возможностей промышленного производства и производства моделей малыми сериями.

Система (греческое слово, обозначающее целое, составленное из частей) — это порядок, обусловленный планомерным, правильным расположением частей в определенной связи — например, ряда предметов, составляющих объект, комплект, ансамбль, коллекцию.

Задачей моделирования является разработка образцов моделей для их последующего воспроизводства. Модели одежды, обуви, дополнений и сам костюм являются художественными произведениями, если они обладают основным признаком художественной системы. Этим признаком является наличие творческого процесса создания по законам композиции.

Одежда и ее дополнения, сам костюм, обладающие ясно выраженным композиционным решением своей объемной формы, есть *система художественная*.

Сущность каждого вида художественной системы определяется конкретно поставленными задачами и требованиями процесса проектирования. Последовательно представленные ниже художественные системы характеризуются возрастающей степенью сложности и объема творческой работы в проектировании.

Художественные системы в моделировании в зависимости от подхода к проектированию изделий и их последующей реализации (внедрения) можно классифицировать на следующие основные группы:

- 1) проектирование отдельных моделей одежды;
- 2) проектирование моделей в художественной системе «семейство»;
- 3) проектирование моделей в художественной системе «гарнитур»;
- 4) проектирование моделей изделий в художественной системе «комплект»;
- 5) проектирование моделей в художественной системе «ансамбль»;
- 6) проектирование моделей в художественной системе «коллекция».

Проектирование отдельных моделей одежды

Проектирование отдельных моделей одежды — это производство изделий определенного ассортимента, входящих в состав костюма конкретного назначения.

Узкая специализация швейных предприятий, выпускающих ограниченный вид изделий (например, только мужские костюмы, только женские пальто, только мужские сорочки), который в процессе производства должен непрерывно меняться и пополняться новыми моделями, определяет сущность этой художественной системы.

Художник-модельер в данном случае занимается разработкой модели определенного ассортимента швейных изделий (например, блузки, пальто, юбки, брюки и т. д.) в рамках направления текущей моды; форма модели разрабатывается с учетом ее стилистической связи с предметами, дополняющими костюм (рис. 1.2.).

Блузки повседневного назначения в соединении с юбкой и другими дополнениями составят женский деловой костюм определенного стиля. Образы «делового» назначения подтверждаются

оригинальными формами рукавов, скромностью лифа, материала и отделки. Нарядные блузки, дополненные соответствующей юбкой, перчатками, сумкой и др., создают образ женственности, праздничной обстановки, отдыха. Женственность и праздничность обуславливаются здесь общей формой блузок, отсутствием утилитарности деталей рукавов, прозрачностью материала, большим количеством отделки.

Проектирование моделей в системе «семейство».

Художественная система «семейство» в моделировании ставит процесс проектирования моделей одежды в зависимость от определенных требований. Художник-модельер решает композицию каждой модели на одной *общей конструктивной основе*, в которой заложена структура, исходная для всех последующих ее вариаций. В практике проектирования за конструктивную основу принимается конструкция, имеющая определенный покрой рукава и принцип крепления его к полочке. В данной системе все проектируемые изделия различаются по моделям. Различными могут быть материал, форма деталей, их расположение, отделка и др.

Суть художественной системы «семейство» иллюстрируется на рис. 1.3, где показаны три варианта женских жакетов и брюк, имеющих общую конструктивную основу, но различающихся по моделям.

Существование такого рода системы вызвано потребностями группы потребителей «Конформисты». Потребитель заинтересован, с какими материальными и трудовыми затратами она связана в производстве. Считается, что основной путь для решения такой задачи — максимальная унификация всего процесса моделирования и конструирования на основе требований массового спроса.

Творческая работа художника-модельера должна вестись в зависимости установленных требований:

- определение ассортимента одежды;
- установленные и взаимозаменяемые ткани;



Рис. 1 - Проектирование моделей в системе «семейство»

- применение заранее обусловленных модных силуэтов в каждой возрастной и полнотной группе;
- одинаковые конструктивные основы для всех силуэтов одежды;
- ограниченное количество некоторых конструктивных частей и деталей – рукавов, воротников, карманов и др.

Ассортиментная коллекция часто состоит из нескольких мини-коллекций, разработанных на одной конструктивной основе.

1.4. Тема: Комплектная организация одежды.

Комплект (в переводе с латинского означает «полный») — это полный набор одежды и предметов, дополняющих ее и составляющих вместе с ней костюм, отвечающий конкретному

назначению. Одежда и предметы в комплекте связаны между собой единством художественного решения формы.

По назначению комплект бывает: дорожный, для службы, спортивный, для пляжа. В зависимости от сезона, дорожный комплект, например, может состоять из пальто, сарафана, блузки, юбки, брюк; комплект для службы — из полупальто, блузки, жилета (длинного или короткого), юбки, брюк. Отдельными комплектами делаются и дополнения к ним: головной убор, перчатки, обувь, пояс, сумка и др.

Система «комплект» позволяет достичь высокого художественного уровня вещей, составляющих костюм, так как одежда и дополнения, входящие в комплект, связаны между собой единством назначения и художественного решения. Важной особенностью комплекта является взаимозаменяемость его частей, *замена одной вещи другой, взятой из комплекта, не должна нарушать его художественную целостность*. Для этого вещи, составляющие комплект, должны быть равнозначны друг другу.

Связь частей комплекта строится на использовании различных отношений и ритмического повторения каких-либо составных первичных элементов формы: силуэта, линий, цвета, отделки и др.

На рис. 2а показан повседневный комплект, состоящий из френча, шазюбля, топа и бридж; на рис. 2б — комплект, состоящий из пальто, блузки-топа, брюк, шляпы, головной повязки.



Рис. 2. Проектирование моделей в системе «комплект»

1.5. Тема: Проектирование ансамбля.

Понятие «ансамбль». Принципы взаимосвязи предметов ансамбля в истории моды.

Художественная система «ансамбль» — более высокая и более сложная ступень творчества.

Ансамбль (в переводе с французского «вместе») в costume — это совокупность составляющих его предметов, решенных по определенному идейно-художественному замыслу. В широком смысле слова ансамбль определяет образную связь костюма с человеком, его мировоззрением, видом деятельности, обстановкой (лоно природы, городская улица, дом, театр, транспорт; весна, лето, осень, зима; утро, день, вечер).

В профессиональном, узком смысле слова ансамбль — это продуманная связь и соподчинение одежды и дополнений, составляющих в целом костюм для определенного человека, для конкретного использования, для выражения художественного образа.

В ансамбле в отличие от комплекта ничего нельзя ни прибавить, ни убавить, ни заменить, не нарушив его художественную образность.

В повседневной жизни, на службе, дома, на улице удобнее пользоваться комплектами одежды и дополнений, так как вещи комплекта можно заменять. При этом, заменяя одну вещь

другой, можно менять и назначение костюма, используя его для того или иного вида деятельности. Можно, конечно, проектировать как ансамбль костюм любого назначения, но это не всегда целесообразно и практично.

Есть костюмы, которые надо разрабатывать только на основе художественной системы «ансамбль». К ним относятся народные туалеты, костюмы для торжественных случаев, а также костюмы специального назначения (эстрадный, зрелищный).

Проектирование костюма в ансамбле начинают с определения его главной части в соответствии с художественным образом и назначением. Чаще всего главной частью ансамбля является одежда или какая-либо ее часть, но могут быть и такие случаи, когда композиционным центром (главной частью) ансамбля становится не одежда, а, например, шляпа или украшение.

Согласованность и связь частей ансамбля строятся на тех же основных закономерностях композиционного процесса, что и в системе «комплект».

Система «ансамбль» в костюме больше, чем другие художественные системы, способна выразить образное, эмоциональное содержание формы.

Система «ансамбль» для проектирования моделей одежды имеет ограниченное применение, так как ансамбль – специализированный и индивидуализированный костюм.

Главное назначение художественной системы «ансамбль» – разработка новых художественных предложений, пропаганда нового образного направления мод: и творческой работы художника – модельера.

На рис. 3 показаны ансамбли из модных коллекций (учебные работы АмГУ).



Рис. 3. Проектирование моделей в системе «ансамбль»

1.6. Тема: Декоративные эффекты тканей.

Поиск новых нетрадиционных решений. Изучение приемов декорирования в дизайне костюма. Методы и способы создания новых фактур и декоративных эффектов ткани.

Текстильные изделия обладают специфической формой отображения и познания мира. Им свойственны широкие возможности преобразовывать по законам красоты окружающую человека действительность. Искусство создания объектов дизайна из текстильных материалов удовлетворяет эстетические потребности людей, оказывает огромное эмоциональное и воспитательное воздействие на ум и чувства человека.

В настоящее время искусство ткачества, текстильный дизайн переживают новый подъем и находятся под пристальным вниманием со стороны искусствоведов, арт-дилеров, коллекционеров, владельцев коммерческих галерей, а также любителей современного искусства разных

стран. Проекты орнаментального дизайна тканей для промышленного производства, эскизы росписи, вышивки единичных образцов, трехмерные композиции являются объектами творчества для дизайнеров, работающих с текстильными материалами.

Понятие декора

- ДЕКОР (от лат. decore — украшаю), система украшения сооружения (фасада, интерьера) или изделия.
- Декорирование – процесс украшения предмета (объекта) при помощи изобразительных средств.

Декор в costume (интерьере) - это художественная система, совокупность украшающих его элементов. Он уместен в оформлении одежды, обуви, аксессуаров. Его цель - усиление эстетических качеств одежды или интерьера.

Виды декорирования: текстильный декор, декоративный крой, декоративная графика, формообразовательный декор.

К наиболее распространенным элементам декорирования относятся:

- отделка тканью (рюши, воланы, зашпы и т.д.);
- декоративные и конструктивные линии (отделочные строчки, строчки рельефов и т.д.);
- другие виды отделок (вышивка, кружева, бисер и т.д.);
- фурнитура;
- фактура и орнамент на ткани.

Декор бывает *формообразующий, орнаментальный, сюжетный*

Способы размещения декора

- *Тотальный метод* (ковровый) – декор покрывает всю плоскость декорируемого изделия, без просветов.
- *Локальный метод* – декор (украшение) находится только в одном месте, являющемся центром композиции, или формирующим художественный образ.
- *Контрастный метод (ритмический)* – декоративные элементы чередуются с неукрашенными участками поверхности изделия.
- *Хаотичный метод* – метод случайного размещения декора.

Декор, появляясь на изделии, также существенно влияет на его образную структуру. Нередко именно благодаря своему декору бытовой предмет становится произведением искусства.

Декорирование одежды – это отдельное искусство, которое может сделать обычную вещь оригинальной и неповторимой. Современные российские дизайнеры активно используют в своих работах различные декоративные элементы. Некоторые из них известны очень давно, а некоторые стали возможны благодаря новейшим технологиям. Декорирование одежды - интересное искусство, которое позволяет создавать необычную и оригинальную повседневную и выходную одежду. Предлагается классификация методов декорирования одежды по различным критериям.

Способ крепления по отношению к материалу изделия: накладной (съёмные украшения, банты), настрочной (аппликация, вышивка), с частичным разрушением структуры материала (мережка, перфорация), диффузия в структуру материала (валяние, «Нуно-фелтинг», окрашивание).

Аппликации на одежде делаются из самых разнообразных тканей – бархата, атласа, шерсти и шелка, а также камней, бусин, страз, валенной шерсти – на что хватит фантазии.

Ручная роспись – еще один модный элемент дизайна одежды. Техники росписи существуют самые различные – узелковые, трафаретные, свободная роспись. Использование ручной росписи позволяет создавать неповторимые вещи, т.к. каждая работа мастера индивидуальна.

Валяние шерсти (Фелтинг, фальцевание, фильц, набивание) — это особая техника рукоделия, в процессе которой из волокон шерсти создается рисунок на ткани или войлоке, объемные игрушки, панно, декоративные элементы, предметы одежды или аксессуары. Мокрое валяние для дизайнера одежды интересно тем, что с его помощью из волокон шерсти можно получить как достаточно прочное полотно, подходящее для дальнейшего изготовления одежды и аксессуаров, так и готовую бесшовную одежду.

«Нуно-фелтинг» (от японского «нуно» - ткань) – это способ валяния на ткани. Волокна шерсти проникают сквозь ткань и сцепляются с ней, поэтому ткань для нуно нужно выбирать тонкую, с разреженной структурой (шелк -понже, шифон, креп-жоржет, органза, тонкий хлопок, лен или трикотаж.) Многие мастера, для достижения интересных эффектов, приваливают к шерсти кружево и узорчатый тюль.

«Шибори» - этот термин объединял несколько методов крашения ткани с помощью заматывания, прошивания, складывания, или сжатия. В валянии «шибори» - это образование выпуклых элементов теми же методами: в недовалающее шерстяное полотно заворачивают выпуклые элементы и завязывают резинкой или же закладывают рисунок из складок и прошивают, а затем доваливают любым доступным способом. Возможно так же создание шибори с использованием ткани. Данная техника позволяет добиться неповторимой фактуры в изделиях и широко используется в изготовлении одежды, сумок и предметов интерьера.

Декоративные элементы и орнаментация завершают образную характеристику костюма, помогают подчеркнуть особенности стиля одежды, конструкции формы и ее составных частей. Существенную роль играет характер оформления и обработки поверхности материала. Ткань с орнаментальным рисунком активно участвует в процессе формообразования костюма.

Декорируя форму костюма, орнамент на ткани задает определенные способы её восприятия: акцентирует внимание на значимых участках, предопределяет временную последовательность обзора различных деталей костюма, влияет на восприятие формы в целом.

Формообразование костюма средствами рисунка ткани основано на выборе исходной зрительной установки по отношению к восприятию целостной формы костюма. Зрительная установка (или программа восприятия) задается модным силуэтом согласно тенденциям развития моды и может быть фронтальной, объемной и глубинно-пространственной; она может быть направлена на выявление силуэта костюма или его нивелировку.

Различные соотношения композиционных элементов орнамента моделируют характер восприятия формы костюма согласно выбранной зрительной установки и исходя из творческого замысла. Поэтому при разработке коллекции из орнаментальных текстильных материалов исходят из специфики силуэтных или пространственных характеристик восприятия формы костюма, определяемых модным направлением.

Для декорирования тканей существует множество орнаментальных мотивов.

Отделка ткани символическими изображениями или изображением натуральных предметов также старо, как сама одежда, печатание же фраз и слов на одежде развилось недавно. Сегодня шляпы, шарфы, куртки и особенно майки «работают» как доска объявлений, дополняя язык одежды. Одежда сегодня может рекламировать все, любимые блюда, культурные вкусы, политические мнения, принадлежность к реальным и воображаемым организациям, действительную и мнимую индивидуальность, сексуальные предпочтения, текущее настроение.

Излюбленным видом отделки является вышивка. Вышивку можно встретить на любом предмете костюма – на платье, блузке, вязанной шапке, свитере, варежках, верхней одежде, обуви, джинсах, причем композиционно – в самых неожиданных местах.

С развитием и совершенствованием одежды утвердились различные приемы декорирования – аппликация, узорное ткачество, инкрустация, перфорация, набойка, тиснение, отделка металлом.

При всем техническом разнообразии этих приемов украшения цель их применения одна – превратить даже грубое домотканое полотно в художественное изделие, донести до зрителя определенную смысловую и эстетическую информацию.

Использование декора может быть признано удачным, если он способствует созданию целостного, гармоничного, оригинального костюма, соответствующего требованиям современной одежды.

1.7. Тема: Фактура и цвет декора.

Факторы, влияющие на восприятие фактуры. Фактура и цвет. Цвет в орнаментальной композиции.

Большое значение для усиления эмоционального воздействия композиции имеет фактура поверхности. Фактурой называется строение поверхности, либо свойственное ей от природы, либо полученное в процессе обработки.

Фактура может быть различной — от совсем гладкой до рельефной. В первом случае величины элементов фактуры очень малы, неразличимы невооруженным глазом, их количество на единице поверхности велико. В случае рельефных фактур количество элементов гораздо меньше, но их величины достаточно крупные. Порой элементы фактуры настолько велики, что приобретают значение самостоятельных форм.

По способу отражения света от поверхности предмета все фактуры делятся на:

- шероховатые, имеющие довольно крупные элементы, создающие сложную светотеневую игру на поверхности;
- матовые, имеющие средние по величине элементы и рассеивающие свет под различными углами (в таких случаях говорят «поглощающие свет»);
- глянцевые, или зеркально отражающие, имеющие настолько мелкие элементы, что почти все световые лучи, падающие на поверхность, отражаются под тем же углом, под каким падают на нее.

Факторами восприятия фактур, которые должен учитывать художник, проектирующий костюм, являются удаленность предмета от зрителя и характер освещения.

Разность фактур мы воспринимаем не только визуально, но и на ощупь, различая при этом гладкие, скользкие, или зернистые, рельефные поверхности. Каждый из них обладает своеобразной, присущей только ему фактурой, которая прекрасно сочетается с фактурой ткани.

Каждая фактура несет в себе признаки определённого эмоционально-образного звучания. По силе воздействия на зрителя фактуры различают пассивные, имеющие почти однородную нейтральную поверхность с очень мелкими элементами, и активные, имеющие сложную рельефную поверхность с крупными элементами. Активные фактуры очень декоративны и не нуждаются в дополнительном украшении. Пассивные же фактуры являются хорошим фоном для активных фактур или для отделки.

Использование в одном костюме тканей и материалов с различными фактурами придает внешнему виду изделия дополнительную выразительность. Особенно интересный эффект можно получить тогда, когда в костюме применены ткани, тождественные по цвету, но различные по фактуре. Дело в том, что восприятие одного и того же цвета сильно меняется в зависимости от качества поверхности.

Таким образом, использование разнородных фактур помогает получить эффект тонкой цветовой нюансировки. Этот прием часто применяется художниками, стремящимися создать костюм оригинальный, нарядный, но при этом сдержанный и цельный по цвету, или, когда цвет одежды имеет символическое значение, например, наряд невесты.

Практически не существует несовместимых фактур, однако может быть неумелое их соединение, когда они начинают спорить и даже уничтожать красоту друг друга. Особенно велика опасность неудачного использования активных фактур, если к тому же ткани имеют разные цвета и рисунки. К сожалению, не существует рецептов правильного совмещения разных фактур. Главными критериями художника в работе с материалами, имеющими различные поверхности, являются его интуиция и чувство меры.

Декоративные эффекты тканей

Сегодня в моде все больше развивается тема декоративных эффектов за счет соединения тканей разных фактур в одной вещи или ансамбле. Но есть и свои правила:

- не сочетаются две ткани чем-либо замечательных фактур (букле + ткань с ворсом, вельвет + ткань с узорной выделкой).

- только гладким окружением подчеркивается выразительность особой фактуры (тонкая шерсть + бархат/атлас; грубо-шерстяная ткань + замша/кожа), т.е. чем тоньше, нежнее ткань, тем нежнее отделка.

Плотный матовый шелк хорошо выглядит в соединении с атласом, но вот уже для шифона, креп-жоржета понадобятся простые поверхности легчайших шелков. Если задумано комбинированное платье, то отличаться составные куски могут только по цвету, качество же их должно быть совершенно одинаковым (компаньоны). Исключение возможно лишь в нарядах фольклорного стиля как обострение его подлинности.

Объем фигуры находится в большой зависимости от толщины и фактуры ткани.

- Рыхлые, с ворсом или типа букле полнят. И дело не только в их толщине. Поглощая свет, рыхлая поверхность лишает объем фигуры светотеневой игры, помогающей ей выглядеть более легкой, четкой и изящной. Но самое печальное, что именно эти мягкие, уютные на вид ткани как раз ближе всего, органичнее образу женственности.

Рисунок на ткани. По характеру окраски различают ткани: Гладкокрашенные, Набивные, Пестротканые, Меланжевые.

По рисунку: набивные и гладкокрашенные с выраженным ткацким рисунком.

По своему характеру рисунки могут быть двух видов:

1. Конкретные: растительные (цветы, листья), тематические детские, индустриальные, спортивные, сюжетные), геометрические (полоски, клетки, диагональ, горошек)
2. Абстрактные, или беспредметные (где нет конкретной темы изображения).

Каждый рисунок имеет свой раппорт, т.е. повторяемость одной и той же темы по всему полотну. Иногда раппорт резко выражен, иногда эта повторяемость еле заметна. Масштаб раппорта очень различен.

Все рисунки делятся на:

1. статичные – с вертикально и горизонтально расположенным орнаментом;
2. динамичные – где преобладает диагональное направление орнамента.
3. комбинированные – соединяющие в себе статику и динамику.

Выделяются ткани с купонным рисунком и с каймой. Купонный рисунок определяет его расположение на фигуре. Иногда предусматривается и обозначается вырез горловины, пройм и т.д.

Каймовый рисунок имеет более широкие возможности для использования. Все плотно заполнено определенными, однозначными формами, повторяющимися по всему полотну с постепенным нарастанием, где рисунок сконцентрирован и насыщен в виде каймы. Кайма служит отделкой для акцентирования одной или нескольких частей платья:

- по центру, с одной стороны изделия, по линии кокетки, по низу юбки, рукавов.

Во все периоды моды в женской одежде использовался растительный орнамент. Для каждого периода были характерны свои композиционные решения в разработке рисунков цветов, листьев, веток, букетов. Расположение раппорта, масштаб рисунка, характер его нанесения на ткань бесконечно видоизменялись. При этом иногда орнамент изображают более натуралистично, резко выделяя его на общем фоне ткани. В другое время те же цветы и листья начинают изображать более условно, стилизованно, они как бы сливаются с фоном ткани.

С точки зрения композиции рисунки на тканях делят на легкие и трудные для моделирования.

К легким для моделирования относят рисунки малых и средних размеров, не имеющих верха и низа, а также больших размеров без резко выраженного цветового решения, со сплошь заполненным фоном. Здесь при решении композиции и при раскрое в качестве центральной осевой линии изделия можно принять любую линию на ткани, не считаясь с рисунком.

К трудным относят односторонние рисунки, имеющие верх и низ. В этом случае ткань следует набросить на манекен или фигуру и расположить так, чтобы рисунок был направлен в противоположные стороны (это не относится к тканям с сюжетным и тематическим рисунком: деревья, домики, фигуры человека и др.), что помогает выбрать наилучшее решение в расположении рисунка.

К трудным относят также рисунки больших размеров, выделяющихся на общем фоне. Ткани с такого рода рисунком следует, независимо от орнамента, применять в изделиях простых лаконичных форм с минимальным количеством швов и рельефов.

Разрабатывая модель из набивных (узорчатых) тканей надо учитывать, что внутренние линии, рельефы, клинья, подрезы, драпировки, мелкие детали мало заметны и не выразительны. Драпировка, выполненная на гладкокрашенной ткани, оттеняющей каждую фалду и складку, почти всегда удачна. В тканях с мелким рисунком воспринимается только общий силуэт.

«Горошек» - этот рисунок является классическим и никогда не выходит из моды. Такой рисунок располагают по диагонали. В случае косоого расположения нитей нарушается ритмичность рисунка. Используется как отделка.

«Рисунок полос, клеток, диагоналей» - строгость, геометричность рисунка этих тканей в какой-то мере ограничивает их применение: модели со сложными драпировками или с асимметричными решениями совсем не уместны. Не рекомендуется одновременное применение продольного, поперечного и косоого направления полос в одной модели. Такое дробление полос утомляет глаз, модель выглядит перегруженной.

В клетчатых тканях надо определить характер рисунка. Если рисунок клеток симметричный, то из такой ткани можно шить изделия любого фасона, с соблюдением совпадения рисунка клеток по швам, вытачкам и т.п. При асимметричном рисунке клетки не все модели подходит, т.к. совпадения рисунка по швам и вытачкам не будет. При раскрое следует ориентироваться на более заметные, выделяющиеся клетки и полосы. На жакетах из полосатых или клетчатых тканей не рекомендуется делать рельефные швы, по линиям которых рисунок ломается самым причудливым образом. На таких тканях не пригодны отделка вышивкой, бисером, аппликацией. Для аппликаций лучше использовать ту же ткань, но другого направления рисунка или гладкокрашеную.

Особенности структуры, фактуры и цвета ткани

Очень большую роль в моделировании поверхности формы играют структура и фактура ткани. В костюме фактура материалов эмоционально обогащает цвет.

Цвет и фактура ткани должны гармонировать. Разные фактуры по-разному передают цвет. Есть фактуры, углубляющие цвет, делающие его более насыщенным, интенсивным. Таковы ворсистые ткани (плюш, бархат, а также некоторые виды шерсти). Фактура этих тканей делает цвет более насыщенным, благодаря многократному отражению света от каждой ворсинки и многократному его поглощению. Самая темная ткань – черный бархат.

При одинаковой окраске шелковой и шерстяной тканей шелк будет иметь более интенсивный цвет, потому что свет глубже проникает в волокна шелковой ткани.

Шелковые ткани бывают матовыми и блестящими, они по-разному отражают свет. Матовые шелка в складках дают мягкую игру светотени, не давая сильных рефлексов. А шелка с блестящей гладкой поверхностью, такие как креп-сатин, атлас и т.п., дают сильные блики. Фактура их приближается к так называемым зеркальным поверхностям и поэтому сильно отражают свет, образуя игру светотени.

На изменение цвета блестящего шелка очень влияют рефлексy – отражение света от окружающих предметов не только на теневых, но и на освещенных участках ткани.

Рефлексирующими оттенками и мягкой светотенью богаты прозрачные ткани. Из них лучше делать модели мягкой формы, не зауживая.

На темных тканях фактура не слишком проявляется, то на светлых фактура особенно видна. Светлые и нежные цвета гораздо употребительнее в дорогих тканях.

Ситец же имеет грубую фактуру. Не случайно его принято заполнять пестрым рисунком, делающим фактуру менее заметной. Фактура полотна имеет свою прелесть, а потому в полотняных тканях все светлые цвета вполне уместны.

Цвет часто подсказывает форму костюма:

- Ткани глубоких насыщенных тонов очень выигрывают в платьях мягкой формы с драпирующимися складками.
- Ткани в клетку подходят к строгой форме костюма
- Геометрический рисунок хорошо согласуется с прямыми линиями покроя.

При создании модели нельзя обойтись без учета ткани, т.к. можно погубить модель.

Трудность заключается в подборе пестротканых и набивных тканей. В расцветке тканей, как правило, отсутствуют главные и второстепенные цвета. При использовании такой ткани нужно уметь найти общую тональность и к ней подбирать отделку. В ткани с многоцветным рисунком цвет отделки зависит от цветового впечатления.

При отделках костюма вышивкой, тканями другого тона, цветами или бисером необходимы гармонически правильные пропорциональные соотношения отделки и композиции.

В многоцветной композиции повысить звучание какого-либо одного цвета можно, если этот цвет сочетать с нейтральным (светло-серым), или с контрастным, учитывая распределение цвета по площади формы.

Равновесие цвета в композиции лучше всего достигается с помощью закона плоскостей: большие плоскости заполняются спокойным цветом, а небольшие – контрастным цветом.

Контраст можно создавать за счет изменения оттенка, насыщенности (темный/светлый), интенсивности (яркий/неяркий). Контрастность часто осуществляется благодаря применению разной фактуры и обработке поверхности формы разными приемами моделирования – «лепке» тканью. Образующиеся сборки создают светотеневое разнообразие поверхности костюма. Разная сила изменений тона ткани может привести либо к контрасту, либо к нюансу.

Этот прием моделирования особенно доступен в проектировании костюма из трикотажа, где возможности образования структуры и фактуры полотна на машинах позволяют менять вид поверхности без особых затрат времени.

Орнамент в композиции костюма может возникать не только в виде рисунка ткани, но и как способ декоративного оформления одежды. Он создается различными декоративными приемами: вышивкой, аппликацией, свободной росписью. Накладными тесьмой, кружевом и т.п.

Художник, включающий орнамент в композицию костюма, должен помнить, что орнаментальный рисунок и костюм – единое целое, они дополняют и обуславливают друг друга, лишь вместе составляя гармоническую завершенность.

Цвета отдельных элементов костюма должны тщательно подбираться в соответствии со всем костюмом и выявлять при этом достоинства индивидуальности. Человек, желающий быть одет в соответствии со своей индивидуальностью, выбирает цвета, которые гармонируют с цветом его кожи, волос, глаз. Есть общие правила по выбору цветов для людей с нормальной кожей, но существует так много оттенков кожи, что выбор должен делаться для каждого индивидуально.

1.8. Тема: Особенности проектирования нарядной одежды.

Дресс-код для торжественных случаев. Неформальная праздничная одежда. Декоративное оформление нарядной одежды.

Визуальный имидж профессионала называют словом «дресс-код». Дословно: дресс – это одежда, а слово «код» означает шифрованную, скрытую информацию. Говоря о дресс-коде, имеется в виду внешний вид человека, стиль его одежды, его общий зрительно воспринимаемый образ. Дресс-код складывается из таких компонентов, как со вкусом выбранный костюм, галстук, обувь, специально подобранные аксессуары, прическа и так далее.

Парча, органза, атласный шелк – это ткани для торжественных нарядов. Как и в случае с цветом, следует помнить о пропорциональном соотношении: чем ярче, тем меньше. Если фактура ткани слишком броская, она должна быть представлена в минимальных количествах, например, только в виде небольшой вставки или отделки на лацканах.

Шифон – тонкая, почти прозрачная ткань из шелка или вискозы. Это очень женственный, легкий, воздушный материал, который создает ощущение чего-то романтического и даже наивного.

Нарядная одежда призвана украсить человека и наивыгоднейшим образом представить его соответственно характеру праздничной обстановки.

Все значительные торжества проходят обычно в больших помещениях, поэтому каждый из его участников обозревается вблизи, и с большого расстояния. Нарядность при проектировании костюма достигается активным звучанием выразительной формы, эффектных фактур или рисунка ткани, цветовым сочетанием, использованием отделок как сложных, требующих ручного

исполнения (буфы, мережки, цветы из ткани платья и пр), так и сравнительно простых (отделка другой тканью, машинной вышивкой, кружевом и пр.).

Использование всех свойств формы одежды в их максимальной силе выразительности приведет к созданию очень строгого костюма, функция которого быть зрелищным.

Нарядный бытовой костюм строится на акцентировании какого-то одного свойства; или формы, или характеристик материала, или выразительности отделки.

Художественно-образное решение требует взаимной зависимости всех частей нарядного костюма и обязательной их связи с особенностями человека, а также с окружающей средой, для которой он предназначен.

Нарядная (торжественная) одежда призвана украсить человека и наиболее выгодным образом представить его соответственно характеру праздничной обстановки. Все значительные торжества проходят обычно в больших помещениях, поэтому каждый из его участников обозревается и вблизи, и с большого расстояния. И все это учитывается в нарядном костюме: подбираются выразительные украшения (крупные цветы и банты) в платьях для танцев ювелирные украшения к костюмам для посещения концертов и театров используются светлотные контрасты в костюмах для торжественных случаев контрасты фактур (плотные и воздушные) тканей в светлых свадебных туалетах блеск и особое шуршание материалов в новогодних платьях.

Практически каждый сезон мода предлагает свои новшества, и прежде всего в нарядной одежде. Но как бы ни были разнообразны формы нарядных платьев их можно подразделить на спокойные, «замкнутые», когда костюм повторяет очертания фигуры человека, и активно развевающиеся в пространстве, «открытые», когда костюм благодаря своим дополнениям (легкие шарфы палантины, шали) и всем своим строем (широкополюе шляпы, отлетные детали юбок, развевающиеся полы нарядных пальто) динамично взаимодействует с человеком в данной среде. Костюмы спокойных, «замкнутых» форм не предполагают активного действия своего обладателя и поэтому предназначаются для официальных торжеств, посещения театров, концертных залов, вернисажей.

В основе костюмов может быть платье или блузка с юбкой (из одного и того же материала) строгой формы, классического стиля, нарядных сдержанных тонов. Такие костюмы решаются различными конструктивными приемами и, как правило, в полуприлегающем силуэте. Общая длина изделия, вырез горловины, длина рукавов устанавливаются в соответствии с требованиями моды. Преимущества такого типа нарядного платья в том, что его можно видоизменять благодаря применению съемных деталей (воротников, манжет, вставок-манишек), дополнений (поясов, шарфов, декоративных жилетов, пелерин, палантинов) и разнообразных украшений.

С помощью этих средств можно создать различные образы: от строго делового, официально нарядного, приподнято-праздничного до сверкающе-великолепного. Таким образом, диапазон использования такого платья становится очень широким. Изменения, вносимые в платье, подразумевают умелое использование новых для платья деталей или дополнений. Энергичность движений в деловом оформлении платья сменится сдержанностью в официально нарядном костюме и, наверное, мягкостью, особой пластичностью, когда на плечи будет наброшена кружевная пелерина, а в рукавах будет сверкать маленькая театральная сумочка. Костюм активно развевающихся в пространстве «открытых» форм предполагает и активное действие в нем человека. Наиболее ярко человек может проявить себя на молодежных вечерах, новогодних балах и в танцах. Костюм для таких случаев может иметь в основе не только платье (в нем могут быть контрастных форм юбка и лиф) и разнообразные блузки с юбками, но и декоративные красочные жилеты, зыбкие прозрачные шарфы, воздушные, легкие прозрачные блузки на чехлах насыщенных тонов, широкие рукава-крылья, рукава-пелерины, многослойные юбки (могут быть использованы пристегивающиеся верхние юбки, цельные или из отдельных развевающихся деталей). Эти формы часто имеют сложный крой, крой по косой нити, сложные драпировки. Таким образом, нарядность при проектировании костюма достигается активным звучанием выразительной формы, эффектных фактур или рисунка ткани, цветовым сочетанием, использованием отделок как сложных, требующих ручного исполнения (буфы, мережки, цветы из ткани платья), так и сравнительно простых (отделка другой тканью, машинной вышивкой, кружевом).

Использование всех свойств формы одежды в их максимальной силе выразительности приводит к созданию очень острого костюма, функция которого быть зрелищем. Так создаются костюмы для театрализованных демонстраций перспективных коллекций, для экспозиции на различных выставках, имеющих рекламный характер. Нарядный бытовой костюм строится на акцентировании какого-то одного свойства: или формы, или характеристик материала, или выразительности отделки. Костюмы «замкнутых» форм требуют выразительных материалов или отделки, костюмы «открытых» форм - тонкого соответствия характеру формы пластических свойств материала при достаточно спокойном цветовом решении и умеренности отделки. Проектирование нарядной одежды в условиях массового производства сопряжено с целым рядом трудностей, среди которых главная состоит в том, что этот вид одежды очень зависит от индивидуальных особенностей человека. И тем не менее эта проблема в промышленности частично решается.

Существующая система моделирования по одной конструктивной основе, обеспечивая соответствие проектируемых изделий основным размероростовочным данным средней типовой фигуры, позволяет создавать разные модели при сравнительно небольших производственных затратах. Выполненные из материалов различного цвета и фактур, отличающиеся различной конфигурацией и размещением деталей, длиной рукава, разнообразием фурнитуры и отделки, такие модели выпускаются небольшими сериями, что позволяет предложить покупателю достаточно разнообразный ассортимент, обеспечивающий возможность выбора в соответствии с индивидуальными потребностями. Нарядные платья, выполненные таким образом, пользуются популярностью среди молодежи. Они представляют своих обладательниц при всем конкретном многообразии моделей в едином модном для данного отрезка времени принципиальном решении костюма. Выбор средств в создании костюма очерчивается художественно-образным замыслом художника-модельера. В своих творческих размышлениях художник руководствуется разными мотивами. В одних случаях это впечатления, навеянные восприятием природы. Он воспекает многообразные проявления женской красоты и обаяния, сравнивая их с плавностью линий лебедя, стройностью березки, пылкостью рябины, и другими явлениями, объектами претворяя эти черты специфическими средствами в форме костюма. В других случаях художник, творчески перерабатывая богатейший материал исторического и народного костюма, использует образ, элементы кроя, колористические особенности этого костюма, осуществляя тем самым преемственность в развитии культуры костюма. Образный строй костюма, его назначение определяют и выбор материалов. Образ костюма может возникнуть из неожиданного сопоставления разных тканей, (Это тоже один из источников творческой мысли художника). Но существуют и достаточно устойчивые сочетания материалов, в основе которых лежит какой-то ведущий принцип их сопоставления. Материалы могут объединяться по принципу контраста фактур. Это легче проследить на костюмах одного цвета: черное шелковое матовое платье и лак на туфлях и сумочке; лайковые перчатки и велюровая шляпа. Здесь фактура материалов - главный ведущий фактор - эмоционально обогащает цвет.

В роли ведущего принципа может выступать контраст цветов материалов, тогда остальные их свойства подчиняются. Последнее может быть оправдано конкретным назначением по сезону. Фактура и цвет являются сильными выразительными свойствами костюма. Поэтому при создании нарядного костюма нередко используют одновременно контрасты и цветовых, и фактурных отношений материала.

Можно достигать сильных эффектов, используя контраст светлотных отношений одного или двух-трех цветов. Таким образом, в подборе материалов следует сознательно выделять главный ведущий принцип их организации (контраст фактур или цвета, или светлотных отношений, или их комбинации), подчиняя ему остальные свойства. Художественно-образное решение требует взаимной зависимости всех частей нарядного костюма и обязательной их связи с особенностями человека, а также с окружающей средой, для которой он предназначен.

2 курс, 4 семестр

1.9. Основные этапы проектирования

Проектирование одежды – процесс создания нового образца одежды с заданными свойствами, включающий исследование, создание эскизов, макетов и моделей, расчеты и построение чертежей изделий, изготовление опытных образцов.

Художественное проектирование – это творческий процесс создания целостной системы вещей, при которой проблема стиля является одной из центральных. Задача художника – не проектирование группы предметов, связанных между собой, а нахождение связей между предметным миром и проектируемыми предметами.

Основные этапы проектирования одежды

Одна из главных особенностей дизайнерской деятельности – ее инновационность: проектируются новые функции и качества одежды, ее новые формы, возникновение которых обусловлено, с одной стороны, меняющимися потребностями общества и модой, а с другой стороны – появлением новых материалов и технологий в самой легкой промышленности.

Процесс создания новой вещи можно представить в виде следующей схемы:

- Анализ предпроектной ситуации (изучение спроса, моды, функций, аналогов, способов изготовления)
- Проектирование (определение типа формообразования, разработка творческой концепции, определение основных задач дизайн-проекта)
- Производство (изготовление)
- Потребление

Предпроектный анализ предполагает прежде всего изучение спроса, определение модных тенденций, определение желаемых функций вещи, способ изготовления, наличие аналогов предполагаемого объекта. (аналог – изделие, сходное с проектируемым по функциональному назначению, принципу действия, условиям применения). Предпроектный анализ выявляет недостатки существующих изделий, пожелания потребителей.

Изучая структуру и характер деятельности человека или социальной группы, предметную среду обитания человека, условия его жизни, можно определить перспективы развития потребностей общества.

Проектирование: синтез результатов предпроектного анализа – процесс мысленного упорядочения проектных сведений, отобранных при дизайнерском анализе, и соединения их в единое целое – проектный образ;

разработка творческой концепции – основной идеи, смысловой направленности цели, задач и средств проектирования;

определение основных задач дизайн-проекта – назначение и функция проектируемой вещи, конструктивные и технологические требования: проектирование по прототипам (*стайлинг*) или разработка совершенно нового изделия;

Методы проектирования:

моделирование (художественно-образное, проектно-графическое, конструктивное, перспективное, техническое и компьютерное);

макетирование (изготовление макетов изделий из различных материалов в натуральную величину или в нужном масштабе).

3. Конструирование – разработка внутренней структуры и устройства организации проекта проектирования;

4. Технология создания объекта проектирования.

Разрабатывая актуальный костюм, необходимо учитывать функции, которые в нем должны преобладать. Это определит конструктивное решение, выбор материалов и образное решение костюма.

1.10. Стиль и стилизация в дизайне одежды.

Исторические и современные стили. Характеристики стилей в одежде. Классический стиль и его микростили: английский, «Шанель», деловой, «минимализм». Романтический стиль и его микростили: балетный, «беби-долл», бельевой, гламур. Спортивный стиль и его микростили:

«милитари», «сафари», джинсовый, морской, космический, диско. Этнический стиль и его микростили: ориентальный, «кантри», «хиппи», деревенский.

Стиль – совокупность характерных признаков художественного оформления.

Классификация современной европейской одежды включает в себя следующие группы:

- **Классический** (подгруппы: деловой; «Шанель»; униформенный)
- **Романтический** (подгруппы: гламур; «после 5-ти вечера», «для коктейлей»)
- **Фольклорный** (подгруппы: этно-стиль; эко-стиль)
- **Спортивный** (подгруппы: сафари; спортивный гламур; джинсовый; гольф; матросский или морской; милитари)
- **Молодёжный** (подгруппы определяются эстетикой костюма представителей различных молодёжных групп и течений: хиппи, панк и т.д.)
- **Авангардный**
- **Бытовой**

И так далее

Характеризуя стиль, рассматривают следующие композиционные структуры и характеристики костюма:

1. Формообразование и формальная структура костюма.
2. Форма микроструктур костюма.
3. Форма и конфигурация отделок.
4. Материалы.
5. Ассортиментная группа одежды данного стиля.
6. Дополнения и аксессуары.
7. Уместность применения костюма данной стилевой группы.

Рассмотрим подробнее характеристику классического стиля.

Классический.

1. Форма подчёркнуто строгая, элегантная, лаконичная. Умеренность объёма. Силуэт определяется прямыми линиями. Характерный силуэт – полуприлегающий. Пропорции одежды классического стиля соответствуют естественным пропорциям фигуры человека, т.е. все линии остаются на своих местах при членении костюма. Сохраняется общая симметрия формы.

2. В костюме – минимум деталей. Характерна простота покроя и кроя.

3. Умеренное применение украшающих деталей и отделки: галстук, шарф или шейный платок, небольшая брошь. Применение только дорогой бижутерии и только в малых количествах.

4. Гладкие и «сухие» поверхности тканей. Материалы – чаще натуральные и высокого качества выработки. Цветовая гамма: пастельные тона; ахроматические оттенки; «мужская» гамма: коричневый в оттенках от тёмно-шоколадного до светло-бежевого; бурый, графитовый, тёмно-оливковый, фиолетовый, синий. Рисунки тканей строгие, классические: клетка, полоска, горох, ёлочка.

5. Платье-рубашка, платье-костюм, платье-пальто; пальто, костюмы «английского стиля». Одежда с рукавами покроя «реглан», маленькое чёрное платье, юбка в клетку, юбка в складку; туфли конструкции «лодочка»; обувь конструкции «мокасины».

6. Косынки, галстуки, шарфы, нагрудные платки.

7. Одежда для службы (работы); повседневная одежда.

1.11. Проектирование коллекций

Виды коллекций. Средства объединения моделей в коллекции. Структура коллекции одежды. Процесс создания модной коллекции. Системный подход к построению коллекций.

Коллекция (в переводе с латинского означает «собрание») — это систематизированное собрание каких-либо однородных предметов, представляющих научный, исторический или художественный интерес.

Художественная система «коллекция» в проектировании одежды — это серия моделей костюмов, объединенных общей идеей, эмоционально-художественной выразительностью образа, единством стиля, формы, цветового решения и применяемых материалов.

Коллекция может состоять из различных элементов — единичных моделей, комплектов, ансамблей, дополнений, аксессуаров. В коллекции каждый костюм композиционно завершен и обладает целостностью. В свою очередь, коллекция, состоящая из таких костюмов, представляет собой гармоничную цельную систему, в которой каждый элемент (костюм) связан с другими составляющими и наоборот. Вся коллекция строится по законам композиции. Коллекция — это не механическое объединение разных моделей в одну группу. Коллекцию как художественную систему отличают признаки, присущие любой пластической композиции.

Главный признак коллекции моделей — ее цельность. Цельность коллекции достигается путем использования в ней гармонизирующих факторов:

- стилевое единство;
- единство формы;
- единая цветовая гамма;
- единая структура и фактура материалов;
- единство образного решения.

Важным признаком коллекции, от которого зависит эмоционально-образное воздействие на зрителя, является динамика. Динамичность коллекции, предполагает развитие по основным направлениям:

- основной идеи коллекции;
- композиционного решения;
- конструктивного решения;
- тонального ряда коллекции;
- цветового ряда коллекции.

Центральная идея коллекции должна развиваться от модели к модели, представляя на суд зрителя все возможные варианты и нюансы развития главной идеи. Если сравнить центральную идею коллекции с бриллиантом, то дизайнер выступает в роли огранщика-ювелира, заставляющего бриллиант сверкать новой гранью, раскрывая в каждой модели коллекции его красоту.

Композиционное построение коллекции диктует наличие в ней композиционного центра. Дизайнеру необходимо выбрать одну или несколько моделей костюмов, которые наиболее полно и убедительно выразят идею коллекции. Эти модели, являющиеся кульминацией всей коллекции, могут быть выделены следующими выразительными элементами знаковой системы костюма: формой и силуэтом; объемом; пластикой; колоритом; фактурой; декором.

Развитие конструктивного решения коллекции предполагает динамичную выразительность нюансов кроя.

Декоративное решение коллекции должно четко продумываться от модели к модели. Коллекция не должна быть перегружена декором. Дизайнер не должен подменять понятие «дизайн одежды» украшательством моделей. Количество декора в каждой модели должно быть разным. Модели, выполняющие роль композиционного центра в коллекции и являющиеся по сути кульминацией, выражающей центральную идею и замысел автора, могут иметь самое яркое и насыщенное декоративное решение.

Обязательным условием грамотно разработанной коллекции является построение развития ее тонального ряда. Коллекция должна иметь свой тональный композиционный центр, причем он не всегда может совпадать с центральными моделями коллекции. Работа над тоновым решением коллекционного ряда — серьезная задача для начинающего дизайнера. Наряду с построением тонального развития ряда дизайнер выстраивает свое видение ряда цветового. Развитие колорита коллекции начинается с выбора цветового композиционного центра. Наиболее сильным по своему образно-эмоциональному воздействию на зрителя является вариант, когда в коллекции моделей тональный и цветовой композиционные центры совпадают. Тонально-колористическое решение строя коллекции звучит в унисон центральной идее, помогая раскрывать автору свои замыслы и образы.

Коллекция моделей, как любая пластическая композиция, объединяющая несколько элементов вместе, предъявляет к составляющим ее частям (костюмам) требование общности одного или нескольких признаков этих элементов. Современная одежда объединяется в коллекции в зависимости от следующих факторов:

- ассортимента (коллекции пальто, костюмов, платьев, брюк, белья и т. п.);
- возраста и пола (коллекции молодежной одежды, мужской, детской и т. д.);
- сезона (коллекции зимних пальто, летних платьев и т.п.);
- функционального назначения (коллекции деловой одежды, для отдыха, занятий спортом и т. п.);
- стиля (коллекции классических костюмов, фольклорных и т. п.);
- используемых материалов (коллекции трикотажных изделий, меховых изделий, льняных костюмов и т. п.);
- образного источника или мотива творчества (например, коллекция по мотивам древнерусского зодчества; творчества К. Малевича; культуры и быта уральского казачества и т. п.)

Этапы разработки коллекции

Как и любой объект промышленного дизайна, промышленная коллекция одежды создается в определенной последовательности многими специалистами-ми. Первый этап разработки включает в себя следующие мероприятия:

1. Изучение объективных факторов потребления и спроса: динамики доходов населения, уровня дохода на душу населения, розничного товарооборота и т.п.
2. Выявление типологических особенностей потребителей (пол, возраст, уровень доходов, степень активности участия в модном поведении и т.п.), для которых разрабатывается данная коллекция.
3. Исследование связи выявленных нужд потребителей с образом жизни групп потребителей, для которых разрабатывается коллекция.

Второй этап — реализация результатов исследований в определении типов формообразования. На этом этапе замысел коллекции приобретает материальные формы.

Третий этап — испытание в контрольной группе потребителей.

Четвертый этап — проектирование рекламы новой коллекции (разработка рекламных образов, создание плакатов, видеоклипов и т.п.), пресс-релизов.

3 курс, 5 семестр

1.12. Костюм как объект дизайна

Костюм как объект дизайна. Особенности проектирования одежды в дизайне. Идеино-творческие основы дизайна. Творческая трансформация первоисточника.

Источники вдохновения, дающие дизайнеру толчок к созданию новых образов и форм костюма, разнообразны и не похожи друг на друга. У каждого есть свои характерные признаки, которые служат основой в создании художественного образа костюма. Принципы анализа и переработки таких разных источников при создании костюма одинаковы в своем выражении и отличаются лишь незначительными нюансами, связанными с индивидуальными особенностями каждой конкретной формы.

Путь трансформации творческого источника в конкретную форму костюма представляет собой ряд последовательных этапов, шаг за шагом подводящих художника к реализации своей идеи.

I этап — исследовательский

На этом этапе происходит изучение источника творчества посредством визуального наблюдения. Выполняются зарисовки источника, которые носят натуралистический характер. Дизайн-

нер анализирует форму, пропорции, пластику источника, фактуру его поверхности и колористическое решение. Если источником творчества является представитель живого мира (животные, насекомые, птицы, рыбы и т. п.), тогда наблюдаются его поведение, манера передвижения, характерные позы и т. п.

II этап — аналитический

Анализируются и выявляются характерные особенности источника творчества, выделяются его главные характеризующие признаки. Такими признаками могут быть необычная форма источника, пропорциональное членение формы, ритмическая организация элементов формы, фактура, цветовое решение. На основе зарисовок предыдущего этапа выполняется серия фор-эскизов, в которых источник трансформируется в условно-обобщенный стилизованный образ. Создаются эскизы костюмов-образов.

Этот этап требует от художника способности абстрагировать мыслить. Абстрагирование в эскизе — это умение сознательно игнорировать второстепенные свойства источника и выделять его главные особенности.

III этап эскизный

Выделенный главный признак источника принимается за основу работы над серией эскизов костюмов. Образ создаваемого костюма стилизуется и обобщается. Эскиз костюма-образа перерабатывается в эскиз реального костюма. Главная задача этого этапа — сохранение образно-ассоциативной связи с источником вдохновения.

1.13. Национальный костюм как источник творчества

Национальный костюм как источник творчества для создания коллекции современной одежды. Заимствование из других культур – один из способов проявления инноваций в моде.

Русский национальный костюм в творчестве современных дизайнеров.

Неисчерпаемым источником идей для художника-проектировщика современной одежды служит исторический, национальный и народный костюм.

Художник при работе с историческим материалом наблюдает формы, крой, отделку костюмов различных эпох и стилей. Задача дизайнера состоит в том, чтобы переосмыслить исторические формы с позиций современной моды, путем образно-ассоциативного видения трансформировать их в костюм в условиях сегодняшнего взгляда на модный образ.

Творческая трансформация автором характерных признаков исторического костюма начинается с выполнения копий и зарисовок этого костюма. Анализируя выполненные рисунки, художник следует алгоритму выявления характерных признаков исторического костюма:

- форма костюма и ее пластическая организованность;
- пропорциональные отношения элементов формы друг к другу и к форме в целом;
- принцип ритмической организации формы;
- средства организации композиционного единства формы;
- принцип цветового решения костюма;
- характер тоновых отношений элементов и формы в целом;
- особенность фактурной подачи формы;
- принцип декоративного решения костюма;
- эмоциональное впечатление от костюмной формы.

Отдельно следует сказать об обращении художников-проектировщиков современной одежды к народному костюму как к источнику их творческих замыслов и идей. Развитие современных костюмных форм невозможно без обращения к традициям народного костюма. В ходе работы проводится анализ характерных признаков народного костюма по следующей схеме:

- особенности функциональности народного костюма;
- особенности формы костюма (логика формообразующих начал в костюме);
- особенности конструкции формы;
- рациональность элементов формы;
- колорит костюма;
- фактура костюма;

- приемы декоративного оформления формы;
- образный строй костюма.

Национальный костюм вносит своеобразный колорит в работу по созданию современных моделей одежды. Национальные мотивы, трансформированные в костюм сегодняшних дней, способствуют обогащению и развитию современных приемов и методов проектирования одежды.

Молодые авторы, использующие в своем творчестве национальный костюм как творческий источник, должны помнить о том, что национальные особенности костюма не акцентируются, а даются тонко, порой на уровне ощущений. Настоящий художник своего времени никогда не останется равнодушным к своим национальным корням и истокам. Традиционно глубоко и детально молодыми дизайнерами изучается русский народный костюм.

Изучая и переосмысливая русский народный костюм, художник выявляет прежде всего следующие признаки:

- принцип формообразования;
- образный строй костюма;
- композиционные принципы организации формы;
- конструкцию формы;
- особенности национального колорита;
- художественное декоративное решение костюма;
- национальные элементы костюма (головные уборы, вышивки и т.п.).

Изучение и осмысление исторического, народного и национального костюма дает художнику-проектировщику мощный толчок в работе по созданию современных форм одежды. Знания, полученные в работе с таким творческим источником, насыщают современный костюм эмоциональной выразительностью, по-новому выраженной образностью, своеобразным колоритом и инновационными приемами декорирования

Заимствование из других культур – один из способов проявления инноваций в моде. Это стало уже традицией европейской моды.

Творческими источниками в моделировании одежды традиционно были исторический и национальный костюм.

Этнический стиль практически никогда не выходил из моды. Даже в те далекие времена, когда не существовало даже самого понятия Высокая мода, существенное влияние на одежду знати оказывали те наряды, которые привозили рыцари-крестоносцы с далекого Востока или путешественники из экзотической заснеженной России. Ведь не случайно самые роскошные материалы для самых дорогих нарядов имеют именно этническое происхождение - шелк, бархат, атлас. Да и многие национальные орнаменты прекрасно уживались с традициями европейской одежды.

И уж тем более этнические мотивы стали прекрасным источником вдохновения для кутюрье современной эпохи. Высокая мода часто переживала страстное увлечение то русскими сезонами, то африканским сафари, то экзотикой индейских племен. Но неизменным фаворитом всегда оставался загадочный, яркий и прекрасный Восток.

Еще в 1932 году знаменитая законодательница мод и одна из самых элегантных женщин своего времени - актриса Марлен Дитрих - позирует в кимоно перед фото- и кинокамерами. Бурный всплеск интереса к Востоку в целом и к Японии в частности был отмечен и в 1941 году, но нападение японской армии на американский флот у Перл-Харбор надолго наложило "вето" на использование восточных мотивов в одежде. На рубеже 60-70-х годов тема Востока снова активно возвращается в моду вместе с пацифистскими настроениями хиппи. А в 1995 год Мадонна в кимоно появляется на церемонии American Music Awards. Спустя два года "восточное" платье Николь Кидман попадает в список "10 лучших платьев Оскара". Бурное увлечение этникой в минувший осенне-зимний сезон было отмечено печатью самых экзотических мест - эскимосская тундра, альпийские луга, горы Перу, цыганский табор: Сезон весна-лето/2003 гораздо более определенный в своих пристрастиях: перед нами снова совершенно очевидная экспансия Востока

(в первую очередь Китая и Японии). Причем ведущие дизайнеры одежды единодушно демонстрируют нам комплексный подход к этой теме: уж если Восток - так Восток во всем. Обувь, ткани, расцветки и рисунки, сумочки, фасоны, декор, даже макияж - все несет в себе очарование Востока.

Влияние Востока может быть совершенно явным и прямым, как, например, в коллекциях Miu Miu, где можно увидеть имитацию женского национального китайского костюма с маленьким воротничком-стоечкой, асимметричной застежкой, атласными гладкими поверхностями тканей. А вот в коллекции Gucci, который приглашает нас также в путешествие по Китаю, бесспорным хитом сезона стало традиционное национальное китайское платье нетрадиционной ультракороткой длины.

Другие известные дизайнеры одежды все же избегают столь прямого цитирования. Например, Blumarine и Roberto Cavalli используют сочетание традиционного силуэта национальных китайских платьев с нетрадиционными материалами или наоборот - традиционные восточные материалы с нетрадиционными силуэтами. Лакированная кожа, серебряная парча, вполне европейские гобеленовые орнаменты, крохотные воротнички-стоечки, асимметричные застежки и запах в комплексе создают странный симбиоз Запада и Востока.

В то же время Balmain создает пряную и изысканную атмосферу Востока с помощью деталей и аксессуаров: рукав-кимоно, широкополые треугольные шляпы, прихотливый изысканный многоцветный рисунок с растительным орнаментом, яркие краски, завязки и пояса вместо пуговиц. Когда смотришь на представленную этим домом моды коллекцию, складывается впечатление, что иногда вполне достаточно выбрать подходящую ткань. И тогда, вне зависимости от фасона, любая женщина превратится в загадочную восточную красавицу.

Но особенно сегодня актуальным становится кимоно - в любом виде, форме, исполнении. У Dries Van Noten это широкая летняя тонкая блуза с короткими рукавом, у Ferré - некое подобие жакета с укороченным рукавом и плотно облегающим талию широким поясом-оби, у Raso Rabanne - длинное платье прямого силуэта с поясом-оби, опущенным с талии на линию бедер, у Lanvin - супермини-платье из прозрачного черного шифона с прошвой из золотой парчи. Кстати говоря, все это выглядит по-восточному эротично и по-западному гламурно.

Виртуозное слияние восточной и западной культуры показал в своей коллекции на этот раз Gaultier. По мнению специалистов, это одна из лучших его коллекция за последние годы, настолько она гармоничная и стильная одновременно. Платья-халаты и платья-плащи в форме традиционных атласных кимоно у него сочетаются с совершенно европейской "средневековой" обувью в форме мягких замшевых сандалий с высоченной, выше колена, шнуровкой, а объемные накидки-кимоно со множеством драпировок надеваются поверх облегающих вечерних платьев.

Но настоящее поклонение духу Востока продемонстрировал Galliano для Dior. Он специально совершил трехнедельную поездку по Китаю и Японии, смешав в конечном итоге Восток древний и современный. Даже сам показ его коллекции был представлен как огромное шоу с появлением китайских балерин и исполнителей традиционного национального цирка Китая.

Под руками Galliano яркие цвета и образцы китайского костюма и японских кимоно были преобразованы в часть самой огромной одежды, когда-либо изобретаемой западными модельерами. Изящные модели, почти полностью погруженные в пышные коконы из парчи, тафты и шифона, передвигались по подиуму мелкими шажочками высоченных платформ. А преднамеренно добавленный к традиционным восточным тканям винил и блестящая лаковая кожа отсылали к современности и научно-техническому прогрессу.

Такое же впечатление противоречивости сегодняшнего мира создает и сочетание летящего шелкового кимоно с совершенно европейскими мини-платьями в обтяжку (Gucci, Donna Karan, Sportmax).

Не избежали влияния древнего Востока и российские модельеры. Пожалуй, наиболее изысканную и яркую форму оно получило в коллекции Валентина Юдашкина. Здесь можно увидеть все самое лучшее и самое традиционное: гармоничное сочетание красного, черного и золотого, рукав-кимоно, широкий пояс-оби, воротник-стойку, атлас и блестящий шелк, нежнейшие цветочные и растительные орнаменты, словно сошедшие с китайского или японского фарфора.

Мода на протяжении многих веков питалась впечатлениями от встреч с другими культурами, правда, их представителей европейцы высокомерно считали «нецивилизованными народами».

Традиции народов, которые привыкли жить, ощущая себя неотъемлемой частью окружающего мира, могут быть поучительны для решения экологических проблем. Все это делало и делает актуальным этнический стиль в последней трети XX и начале XXI в. Меняется только источник вдохновения – на это могут влиять разные факторы: войны, экономические кризисы, носительная новизна мотивов.

Последние тенденции современной моды также представляют разнообразные грани этнического стиля. В последних коллекциях на неделях европейской моды можно увидеть либо четко выставленные напоказ мотивы национальных костюмов, либо тонкие изящные намеки на этнические корни того или иного творения. Этот стиль использует цвета, декор, детали, покрой традиционной одежды дальних стран. Постепенно изменился характер использования мотивов.

В современном моделировании одежды большое распространение получило смешение национальных традиций. Смешивая элементы костюмов разных народов, дизайнер создает совершенно новый образ, часто не связанный с конкретным и определенно узнаваемым творческим источником. Такое наслоение множества традиций позволяет проектировать новую одежду, отличающуюся от традиционной европейской и этнической.

Чувство ответственности за природу, которое у современного человека особенно обостряется в моменты экологических катастроф, заставляет обращаться к культурам, которых словно не коснулось влияние цивилизации.

Японский дизайнер TSUMORI CHISATO в этом сезоне представил коллекцию, источником вдохновения которой послужил костюм северных народов. Предпочтение в материалах было отдано ягнячье-велюровой коже, пушистому меху рыси и лисы, компактной структуре каракуля и смушки, которые как нельзя лучше подходят для суровых зим.

Мода на путешествия подогревала интерес модельеров к экзотическим мотивам. Последняя коллекция талантливого индийского модельера MANISH ARORA – это приглашение в путешествие по культуре народов Севера. Слегка провокационное предложение, от которого, однако, невозможно отказаться.

Вместо стилизации, которая преобладала как прием в обращении с творческим источником в 70-е гг., дизайнеры стали пользоваться методом цитат, свободно смешивая в одной модели элементы, заимствованные из разных стран и эпох, стремясь к новизне образа.

Если бы Антонио МARRAS не стал модельером, он с успехом мог бы реализоваться как этнограф, о чем недвусмысленно свидетельствует его коллекция для KENZO, в которой он виртуозно смешал Восток и Запад, традиции и тенденции. KENZO первым стал смешивать в одной модели мотивы, заимствованные из разных источников, хотя свои коллекции он предпочитал посвящать какой-то одной теме (России, Северной Африке, Греции или Америке).

Этнические мотивы всегда очень плодотворно «подпитывали» мировую моду. Но неизменным фаворитом всегда оставался загадочный, яркий и прекрасный Восток.

Источником вдохновения для дипломной коллекции послужил традиционный нанайский костюм. В связи с этим, разработана коллекция женской одежды «Амири».

Народный костюм – это бесценное неотъемлемое достояние культуры народа, накопленное веками. Одежда, прошедшая в своём развитии долгий путь, тесно связана с историей и эстетическими взглядами создателей. Искусство современного костюма не может развиваться в отрыве от народных, национальных традиций. Без глубокого изучения традиций невозможно прогрессивное развитие любого вида и жанра современного искусства.

Многие дизайнеры используют при изготовлении собственных коллекций этнические мотивы. В основном они обращаются к национальным костюмам Китая, Японии, Турции и Индии. На данный момент общество пресытилось восточным колоритом, навеянным с Востока, и требует чего-то нового, необычного и малоизученного. На территории Дальневосточного региона сложилась, не менее удивительная по своим культурно-историческим характеристикам, общность малочисленных народов. Так как мы проживаем на территории Дальнего Востока, то

должны с уважением относиться к своеобразной и удивительной культуре коренных народов Приамурья. В культуре нанайцев есть что-то необычное и не разведанное, костюм отличается лаконичностью, простотой форм и силуэта. Но в то же время он остается заманчивым и не разгаданным до конца. Символический орнамент, навеянный мифологией, несет в себе что-то таинственное и притягательное, словно погружая нас в прошлое столетие и оставляя наедине с дикой природой. Богатая орнаментация присутствует как в мужском, так и в женском национальном костюме.

1.14. Образы современной моды. Проектирование коллекций

Авторский стиль в коллекциях. Идеи модных дизайнеров для современных коллекций. Вклад субкультур в современную моду. Хиппи и их влияние на моду в одежде.

Все мы заметили, что за последние десять лет мода сильно поменялась — поменялся подход к созданию вещей, появилась новая интерпретация стилей, категорических «да» или «нет» больше не существует, мода сконцентрирована на личности, и это позволяет ей непрерывно меняться.

Сами того не подозревая мы стали участниками медийной революции. Еще сто лет назад информация распространялась очень медленно, чтобы появиться в печатном издании текст о моде проходил долгий путь утверждений, и только спустя какое-то время его мог увидеть читатель.

В 2008 году, когда широкую популярность приобрели социальные сети, информация начала распространяться просто молниеносно. Главным ее носителем стал человек — появились лидеры мнений, массы начали производить моду для себя. О том, как способ подачи информации изменил вектор развития моды я и хочу рассказать сегодня. Стиль «фьюжн» воплощает в себе новый взгляд на моду и новый способ адаптации того, что мы видим вокруг.

Фактор 1

Женщина сходит со сцены и становится ближе к реальной жизни. Ей становятся доступны более тонкие методы самовыражения. Восприятие женщины в моде можно легко отследить по наиболее популярным лицам разных эпох. Самая популярная топ-модель последних лет, Кара Делевинь, задала тренд на непосредственное, легкое и доступное очарование.

Фактор 2

Современная мода отошла от идеи оригинальности и идеи создать что-то абсолютно новое и неповторимое. Одни и те же решения (в данном случае сочетание нежного розового со смуглой кожей) используются в разных ситуациях, будь то инстаграм-картинка или вечерний образ Рианны.

Фактор 3

Установилось два направления: вещи делятся на арт-объекты и практичную одежду, которую легко носить и миксовать между собой. Для того, чтобы обращать на себя внимание, одежда должна носить слегка утрированный характер. Утрированность, которая в реальной жизни не применима, на экране компьютера смотрится естественно. Она становится продвижением новых идей.

Фактор 4

Мода начинает жить в реальной среде. Выбирая образ, важно ориентироваться на то, как он будет выглядеть в месте, где вы в нем появитесь.

Фактор 5

Яркие эклектичные сочетания, порой даже очень смелые, — еще один способ заявить об индивидуальности женщины.

Фактор 6

К новому стандарту человеческого тела претензий меньше всего. Наиболее популярный идеал женской фигуры, наиболее цитируемый в СМИ, — это высокий спортивный силуэт с длинными ногами, узкими бедрами, широкими плечами и непропорционально маленькой голо-

вой. Делать его утрированно округлым и хрупким не получается. Подчеркивать в нем тоже нечего, потому что оно нейтрально. И еще: в большинстве случаев одежда не обтягивает тело, а становится своеобразным панцирем, условностью.

Фактор 7

Главные стилевые направления обросли новым концептом. Женщина в спортивной одежде впечатляет яркостью, энергией и силой — не совсем женскими качествами, которые сейчас стали очень привлекательными. По тем же причинам не сдает позиций мужской стиль, а милитари-одежда активно дружит с женственностью.

Современная мода расширила границы восприятия материалов: такие ткани как деним сейчас уместны и в вечерних образах.

Современные модные образы, пришедшие из массовой культуры прошлого.

Рисуя стрелки или покрывая ногти красным лаком, надевая джинсы и любимые балетки, не задумывались ли вы о том, откуда пришли в современную моду все эти тренды? Несмотря на то, что современная мода многогранна, большинство любимых нами модных образов появилось в массовой культуре далеко не в 21-м веке. Мы решили узнать, как зарождались самые популярные сегодня элементы гардероба, мейкапа и аксессуаров и, надо сказать, нашли много интересного.

Темно-красные ногти

Ума Турман в роли Мисс Миа Уоллес в фильме Квентина Тарантино «Криминальное чтиво» была запоминающейся по многим причинам, но именно маникюр героини ознаменовал новый тренд. Ногти Мии Уоллес были квадратными, короткими и темно-красными в стиле вамп. Как раз в это время в свет вышла коллекция лаков от Chanel «Rouge Noir». Сегодня красный лак на ногтях — весьма простое и естественное дело, но в то время такой маникюр сотворил бьюти-революцию.



Сам оттенок был создан в 1994-м году Домиником Монокуртуа — мэйкап-директором Chanel, после того, как Карл Лагерфельд попросил его создать более темный цвет. Очевидно, Монокуртуа экспериментировал с красным цветом и темным маркером — отсюда у лака появилось название «red black». Цвет получил свое распространение чуть позже, вместе с выходом помады такого же оттенка. Данный тренд стал бестселлером Chanel и стал появляться всё чаще и чаще, даже Мадонна использовала этот оттенок в своем клипе «Take a Bow».

Женский смокинг. Иконический наряд от Ив Сент-Лорана «Le Smoking», появившийся в 1966-м, стал официальным смокингом для женщин и сделал мужские брюки элементом женской вечерней одежды, что стало очередной модной революцией. Несмотря на то, что официально женский смокинг появился благодаря Ив Сент-Лорану, впервые в подобном образе появилась актриса Марлен Дитрих в 1930-м как героиня фильма «Морокко». Актриса надела смокинг с цилиндром и белой бабочкой для своей роли певицы кабаре. Сама идея женщины в традиционном мужском костюме вывела понятие гендера на новый уровень, размыв границы и предрассудки и сделав новый женский образ настоящей победой над доминированием патриархата.

Джинсы. В течение 30-х и 40-х годов джинсы перестают быть исключительно рабочей одеждой и выходят на модные подмостки благодаря стилю кантри и фильмам про ковбоев. Ранняя модель от Lee даже рекламировалась как «Cowboy Pants». Во время Второй мировой войны джинсы становятся настоящим модным элементом, так как солдаты начинают носить их в качестве гражданской одежды, тем самым популяризируя интернациональный стиль. В этот момент

джинсы становятся символом американской свободы. Позже джинсы превратились в элемент повседневной одежды, и их стали носить как мужчины, так и женщины, а такие марки, как Lee, Wrangler и Levis начали выпускать всё новые и новые модели. В 50-х джинсы начали ассоциироваться с революцией и вызовом благодаря таким актерам, как Джеймс Дин в «Бунтаре без причины» (1955) и Марлон Брандо в «Дикаре» (1953). Вскоре джинсы стали популярны в рок-н-ролл культуре и такие певцы, как Элвис Пресли, также стали появляться в них. В школах джинсы считались запрещенными из-за их ассоциации с бунтарством и левыми идеями.

Металлик. Серебряный цвет как символ будущего принято относить к рождению стиля научной фантастики такими писателями, как Жюль Верн, и к футуристической моде, вышедшей на мировую арену в 1930-м. Но только в 1960-м металлик действительно превратился в модный тренд. США и СССР противостояли друг другу в стремлении покорить космос. В результате политики и холодной войны, общество стало одержимо футуризмом, а в массах стало появляться все больше и больше вещей, показывающих, какой жизнь в космосе могла бы быть. Фильмы вроде «Доктора Стрейнджлав» (1964) и «Космической Одиссеи» (1968) укрепили модный тренд, а дизайнеры Андре Курреже и Пьер Карден выпускали коллекции под названиями «Moon Girl» и «Moon Range», где модели появлялись в модной одежде будущего, виниловых тканях и в больших солнцезащитных очках, а сам стиль популярен до сих пор.

Балетки. Эми Вайнхаус внесла свой вклад в популяризацию балетных туфель благодаря своему оригинальному и индивидуальному стилю. Сама певица носила аутентичные балетные туфли из розовой кожи и шелка, но французские бренды обуви вроде Sole, Repetto и Pretty Ballerina превратили танцевальную обувь в базовый элемент гардероба. С тех пор балетки стали носиться в повседневной жизни и были комфортной альтернативой туфлям, отлично сочетаясь с джинсами, платьями и сумочками.

Андрогинный стиль. До Второй мировой войны появление женщин в мужской одежде на работе и в повседневной жизни было не так популярно, как в 70-х и 80-х. Именно штаны стали элементом одежды стильных и уверенных в себе женщин как символ равноправия. Еще Кэтрин Хепберн, впервые надевшая мужские штаны в 41-м, стала активно популяризировать их как элемент базового гардероба для женщин, что привело к появлению андрогинного стиля. В 1977-м Ральф Лоурен создал костюм для фильма Вуди Аллена «Энни Холл» (1977). Дайан Китон, исполнявшая главную роль, носила именно такие мужские штаны: широкие, больше ее собственного размера, подвязанные поясом, в комплекте со свободной блузкой. Героиня фильма «Энни Холл» моментально стала иконой стиля, а сам образ стал весьма популярен и пользуется спросом до сих пор.

Бордель-лианы. В течение Второй мировой войны солдаты носили грубую обувь на толстой креповой подошве, идеально подходящую для климата и местности. Резиновая подошва не издавала никаких звуков, что позволяло им спокойно передвигаться. После данная обувь плотно вошла в субкультуру, когда в 1950-м Тедди-бои стали носить их вместе с полосатыми штанами. В 1970-м такая обувь появилась в массовой продаже. К 2013 году бордель-лианы претерпели серьезные изменения, но по-прежнему остались актуальной и стильной обувью, популярной не только среди мужчин, но и женщин.

Стрелки. Стрелки являются одним из самых старых и популярных бьюти-трендов в истории. Клеопатра носила их, чтобы отпугнуть сглаз, а голливудские иконы стиля 50-х, включая Софи Лорен и Мэрилин Монро, адаптировали такой макияж под современную им моду. Мейнстримом стрелки стали после роли Элизабет Тейлор в фильме «Клеопатра» (1963). Считается, что Тейлор сама придумала образ для своего персонажа после того, как визажист Альберто Де Росси повредил спину и не смог работать. Вдохновившись работами Де Росси, Тейлор сама создала создала бьюти-лук для своей героини, состоящий из голубых теней для век и тонкой черной линии, проведенной по подвижному веку. В 60-х этот тренд очень быстро распространился, и его можно было увидеть на таких иконах стиля, как Твигги и Эди Седжвик. Сегодня стрелки — самый популярный модный лук для многих женщин.

3 курс, 6 семестр

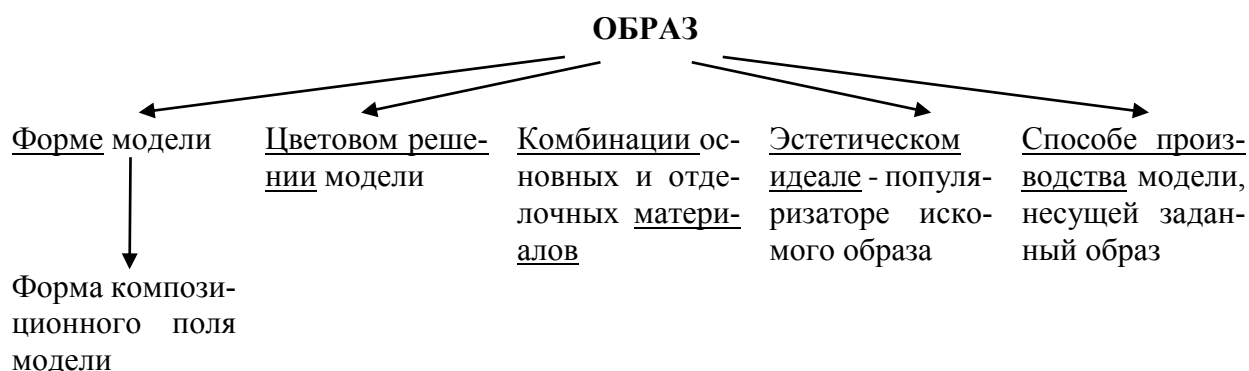
1.15. Художественный образ в дизайне одежды.

Образно-ассоциативные основы творчества дизайнера. Этапы художественного творчества. Образность в дизайне.

Художественный образ в композиции костюма – это гармоничное единство образа человека и тектоники костюма в определенной среде. Основным средством создания художественного образа является комплекс средств:

1. Общность геометрического вида.
2. Пропорциональное распределение масс.
3. Единство этники.
4. Цвет.

Исключительная образность достигается стилевым единством частей костюма – одеждой, обувью, гол. уборами, сумками, прическами, макияжем, очками, украшениями и прочими дополнениями.



Среди множества функций, которые несет в себе современный костюм, особое положение занимает его эстетическая функция. 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.

Понятие художественного образа.

Любое художественное произведение отличается присущей только ему образностью. Художественный образ – есть средство отражения автором своего видения мира. Так как дизайнер создает костюм, который будет использоваться человеком, то есть функционировать, то художественный образ изделий промышленного производства имеет место только при функционировании системы человек - вещь. Костюм, созданный дизайнером, ценен только тогда, когда его форма и эстетические качества отвечают требованиям носителя - фигуре человека. Дизайнер тем самым создает комфортную среду (костюм), в которой обитает и функционирует человек. 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. Проектный образ костюма — это созданная в результате художественного проектирования костюмная форма, отвечающая всем требованиям композиции костюма и имеющая функциональное назначение в среде потребления. Дизайнер должен всегда идти по пути поиска образной выразительности костюма. В процессе обучения перед студентами стоит задача научиться переводить свои авторские впечатления и ощущения от окружающего мира в образы проектируемых костюмов, находя в многообразии жизни творческие ассоциативные источники для своей проектной деятельности.

1.16. Источники творчества

Источники и особенности творчества дизайнера. Изобразительное искусство как источник творчества. Живопись, графика, архитектура как источник творчества в коллекциях современных дизайнеров одежды. Музыка и танец как источник творчества для разработки коллекций. Литература и кинематограф как источник творчества для разработки коллекций. ДПИ (керамика, гобелены и т.д.) как источник творчества для разработки коллекций.

Архитектура является одним из ярчайших творческих источников при создании костюма. Каждой исторической эпохе соответствует определенный стиль, повлиявший на костюм своего времени. Архитектура учит художника гармоничному единству костюма и окружающей среды. Не существует, кроме архитектуры, другого вида искусства, с которым костюм был бы так органично связан стилевым единством форм, силуэтов, пропорциональным внутренним членением. Хочется предостеречь будущих дизайнеров одежды от бездумного копирования архитектурных форм и механического, «фрагментарного» перенесения их в костюмные формы.

При работе с архитектурными источниками последовательно анализируются их важнейшие признаки:

- форма сооружения;
- силуэтные линии, определяющие плоскостное выражение формы архитектурного источника;
- внутренние пропорциональные членения формы постройки;
- ритмическая организация формы (чередование приемов и пустых пространств со сплошными плоскостями стен);
- декор сооружения;
- фактура и цветовое решение постройки.

При создании моделей одежды следует уделять пристальное внимание пластической и ритмической организации формы костюмов, создаваемых по архитектурному источнику.

Живопись

Существует эстетическая стилевая взаимосвязь между костюмом и произведениями живописи. Современная мода выводит живопись в качестве источника творчества дизайнеров на первый план. Зародилось новое стилевое направление в создании костюмов «арткостюм».

Дизайнеры в своем творчестве используют мотивы полотен великих мастеров живописи. На мировых подиумах представлены широкие временные рамки живописи от времен церковных фресок древности вплоть до произведений художников-авангардистов XX века.

Эмоциональная реакция на живописные произведения побуждает дизайнеров использовать их образы в своем творчестве.

При работе с живописными источниками вдохновения выявляются их важнейшие признаки:

- колорит произведения;
- пластическое решение изображенных форм;
- композиционный прием, используемый в произведении живописи;
- степень эмоционального воздействия на зрителя;
- манера письма автора полотна;
- ритмическая расстановка пятен живописного полотна.

Природные формы

Для творческой деятельности художника природные формы и мотивы являются неизменным источником вдохновения. Дизайнер черпает из природы представления о гармонии, красоте, совершенстве окружающего живого мира. Многообразие животных и растительных форм служит творческим источником для создания моделей одежды. Эмоциональные образные ассоциации, возникающие у художника

при наблюдении мира живой природы, становятся основой создания новых моделей и коллекций одежды. Беря за основу проектирования костюма природные мотивы, дизайнер должен понимать и соблюдать правила

работы с природными источниками вдохновения:

— мотивы природы не копируются, а трансформируются в соответствии с ассоциативными образами, которые они вызывают у художника; образ трактуется абстрактно;

— в эскизах, созданных по ассоциациям, должна прослеживаться связь с первоисточником.

Трансформация художником природного источника в новую форму костюма происходит поэтапно. Подробнее об этапах такой работы указывалось выше.

Дизайнер, работая с природными формами, шаг за шагом выделяет следующие характерные особенности и признаки:

- пластическую организацию природной формы;
- ритмическую организацию членений и линий формы живой природы;
- элементы формы и ее мелкие детали, придающие ей своеобразие;
- характерную орнаментацию источника;
- фактуру поверхности формы источника (рисунки кожного покрова, направление ворса, оперение птиц, изгибы и шероховатости коры и т. п.);
- цветовую гамму источника;
- характерные позы и манеры поведения (для живых существ);
- эмоциональное воздействие живой формы на зрителя.

Ассоциативное или образное восприятие позволяет дизайнеру заимствовать формы у различных объектов: явления природы, животный и растительный мир, события в обществе, объекты предметного мира, изобразительное искусство, архитектура, музыка, художественная литература, театр, цирк, кинематограф и т.д. Нужно не слепо копировать очертания или элементы того или иного объекта или источника вдохновения, а переработать в воображении, представить, домыслить возможно иной образ выбранного объекта.

Источником вдохновения может являться как объемный, материальный, существующий объект, так и иллюзорный, такие как литература, музыка, и будущие проекты.

Искусство - это одна из форм общественного сознания, составная часть духовной культуры человечества. Искусство - это самовыражение художника его воспроизведение действительности, язык чувств и игра воображения, особого рода молитва, творение рук человеческих...

По каналам чувственного восприятия искусство проникает в наше сознание. Уберите чувственное восприятие, подсознание, и сознание высохнет, как пруд без родников. Уберите образное мышление и образное чувствование и люди не сумеют даже улыбаться, а не то, что разговаривать друг с другом. Отказаться от образного мышления человек не может, как вообще не может жить без искусства. Элементы искусства во всем: в цвете галстука, в форме костюма, в отделке платья, в рисунке обоев, в игрушках детей...

В истории бывали моменты, когда искусство и мода вступали в отношения симбиоза: каждая из них черпала друг в друге вдохновение, подпитывала её и в то же время с ней соревновалась.

Не секрет, что модные дизайнеры часто черпают вдохновение для своих коллекций, обращаясь к произведениям художественного искусства. Знаменитые модельеры часто переносят художественную образность живописных полотен в свои коллекции одежды. Линии, формы и орнаменты, изображенные на живописных полотнах и графических объектах, могут стать превосходным источником вдохновения для дизайнера моды. В мире нет такой картины, которую нельзя было бы преобразовать, по меньшей мере, в десять узоров для ткани, а потенциал манипуляций с графическими средствами и вовсе безграничен.

1.17. Театральный костюм

История развития театрального костюма. Специфика проектирования и изготовления театрального костюма. Художественное восприятие произведений дизайна.

Театр – такой вид искусства, который не может существовать без публики, по этому всё в нём рассчитано на внешний эффект. Театральный костюм (вместе с накладными усами и бородой, париками, косметическими средствами, масками) является частью театрального грима.

Грим (от фр. «grimer» - подкрашивать лица) – это искусство изменения внешности актера для данной роли и средства, необходимые для этого.

Театр зарождался в недрах магического синкретического обряда древности. Люди видели в нём целительную силу, очищающую организм от различных страстей.

У всех народов мира с древнейших времён существуют праздники, связанные с ежегодными циклами умирания и возрождения природы. Эти праздники дали жизнь театру.

Что касается нарядов участников праздника, известно, что это были звериные шкуры (для большого сходства с козлоногими сатирами).

Официальным годом рождения античного театра считается 534 год до н.э., когда Великие Деонисии впервые поставили трагедию Феспиды. К тому времени театральный костюм уже сильно отличался от повседневного. Артист, поначалу был всего один, выходил на сцену в пышном ярком платье. На лице его была маска, соединенная с париком и снабжённая металлическим резонатором голоса, расположенным у рта. В маске имелись дыры для глаз. Актер обувался в котурны на высокой платформе. Всё это было рассчитано на удалённость зрителя, ведь греческий театр под открытым небом вмещал до 17 тыс. человек. Яркое платье, крупная маска, высокая обувь позволяли лучше видеть исполнителя. Резонатор усиливал звук (хотя акустика в античных театрах была такова, что слово, сказанное шепотом в центре сцены, долетало до последних рядов).

Насчитывалось до 70 различных видов масок. Все роли исполняли мужчины. Актёр менял маску по ходу действия, когда выступал в новой роли или показывал зрителю смену настроения своего персонажа (радость, скорбь, плутовство и т.д.). Маски делали из дерева или гипсового полотна, а потом раскрашивали.

Благодаря длинным одеждам и высокой обуви трагич. актёры выглядели монументально и двигались плавно. Комики использовали короткие и более прилегающие наряды. Такая одежда позволяла спокойно скакать по сцене.

В Риме больше любили комедию. Там использовали на сцене пантомиму. Зрители легче воспринимали пародии на трагедии и комедии, костюм стал ближе к бытовым нарядам, но цветовая символика сохранилась. В мимах не было масок и видна была мимика актёров. Играли не только мужчины, но и женщины, что усиливало эротический момент и создавало поводы к публичным стриптизам. Греко-римский театральный костюм влиял на сценический костюм более поздних времён. В средние века люди не забыли развлечения древности, и почти каждый христианский праздник сопровождался шутовским представлением на выворот: корону – шуту, колпак – королю.

Они представляют собой театр одного актёра, потому что умеют играть, петь, ходить по канату, жонглировать. Костюм таких людей был удобен для акробатики: трико, мягкие башмаки, короткая подпоясанная туника.

Рядом с гистрионами путешествовали ваганты – «бродяги» - недоучившиеся школяры, семинаристы, попы – расетриш.

Границ практически не было, и языки не разошлись слишком далеко от единой основы, что позволяло быть понятным везде. Одежда вагантов не отличалась от бытового костюма средневекового человека.

Ваганты разыгрывали потешные представления – соти, в которых высмеивалась церковь в образе Матери – Дурёхи, из-за чего представители официальной религии преследовали артистов. Внутри храмов возникает литургическая драма, где эпизоды из библии, где эпизоды из библии ставили сами священники в своей униформе. Впоследствии это зрелище перешло на площадь. И появился новый жанр – миракл («чудо»), мистерия («тайна») – театрализованное действие, отдалённо связанное с библейским сюжетом. Герои: Дева Мария, Иисус, библейские пророки, черти, дьявол и просто горожане.

Костюм стал разнообразным. В качестве декораций использовали надписи «Рай», «Ад», «Бог-Отец» и т.п.

Свет является основной категорией средневековой этики, по этому самые главные божественные персонажи были в белых и блестящих одеждах, а дьявольское отродье - в чёрных.

Синкретизм первобытной культуры (нерасчлененность различных видов культурной деятельности) проявлялся в магических обрядах, где рядом существовали в недрах мифологии танец, музыка, живопись, театрализованные представления и т.п. Ещё во II тыс. до н.э. танцы и пантомима были частью поклонения богам в Древней Индии. Эпосы «Махабхарата» и «Рама-яна», появившиеся в I тыс. до н.э., легли в основу классического театра Индии и тех стран, где существовал индуизм, т.к эти эпосы – священные книги данной религии.

В Китае театр так же развивался из танцевальных и акробатических элементов, который входили в сакральные обряды. В VII – X веках распространились танцы на историко-географические темы с вкраплением небольших театральных интермедий. Впервые появились специальные театральные костюмы.

В XIII-XIV вв. китайский театр достиг своего расцвета в форме изацзюй. Это смешанное представление включало музыку, пение, танец и акробатику. Декорации отсутствовали, поэтому особенно, важное значение придавалось игре актёров и их внешнему виду. Все роли исполняли мужчины. Наиболее патетические сцены разыгрывались в замедленном темпе.

Все движения были строго канонизированы. Актёры сами рассказывали о себе как о героях, определяли время и место действия.

В последующие века изацзюй не умер, а трансформировался в разные формы. По-прежнему на сцене мало реквизита, а то, что есть, используют полифункционально: стол – это гора, и алтарь, и смотровая площадка; чёрные флажки символизируют ветер, красные – огонь. В гриме и в костюме используется символика цвета: красный – смелость, белый – подлость, жёлтый цвет императора.

В Японии тоже сложилось несколько видов театральных представлений, доживших до наших дней. Канъами Кицугу и его сын Дзеами на рубеже XIV и XV вв. создали театр Но. Они сами были актёрами, режиссерами-постановщиками, авторами и композиторами (а Дзэами – ещё и теоретиком театра Но). Их творчество пришлось на тот период, когда правителями становились люди невысокого происхождения, и как все неофиты, они особенно придерживались ритуала. Тяга к зрелищности порождала массовые чайные церемонии или праздники любования цветущими вишнями. Спектакли театра Но стали обязательной составной частью церемоний и приёмов. Представления на историко-героические темы были многочасовые и даже многодневные.

У театра Но есть характерные черты: отсутствие декораций, замедленность движений в важных местах представления, актёры мужчины. Сцены проходили перед изображением сосны на золотом фоне.

До XVII в. актёрский костюм не отличался от бытового костюма знати. Существует традиция дарить актёрам дорогие платья. Театр *Но* стал ещё и музеем роскошных одеяний. Сохранился сейчас костюм сёгуна XV в.

В 1615 г. запрет на дорогие материалы коснулся и театра Но. Ткань костюма превратилась в символическую книгу, которую можно было наполнять информацией.

Не менее известный во всём мире театр Кабуки. Зрители того времени требовали жгучие ощущения. Популярны были кварталы жриц любви. Гейша – красивая и образованная дарительница любви – распространенный персонаж той эпохи. Основательница театра – женщина Окуни. Она шокировала и привлекала своими танцами, отклоняющимися от нормы (кабуки – «отклоняться»).

В театре Кабуки нет декораций, но имеется сложная сцена с множеством технических приспособлений, ходов и дорожек. Костюм был со сложным гримом. Актёр должен уметь мгновенно переодеться на глазах у зрителей, что осуществляется благодаря особым кимоно. Есть и другой приём – быстрого переворачивания кимоно на изнанку прямо на сцене. Смена костюма символизирует изменения внутреннего состояния героя, и для неё есть канонизированные позы и музыкальное сопровождение.

В театре Кабуки нет масок, зато есть очень сложный макияж. Направление и цвет линий грима имеют символическое значение. Красный цвет – страсть и отвага, синий – зло и страх, белый – болезнь. Линии, направленные вверх от бровей, глаз, губ, выражают волю. Синие линии, уходящие вниз, означают, коварство.

Театральная традиция Юго-Восточной Азии, развилась параллельно с европейской, и мало чем они пересекались.

В эпоху Возрождения в Европе начинают появляться первые постоянные труппы, работающие на профессиональной основе. Они кочуют и прибывают к одному месту. Люди больше любят смеяться, чем плакать, поэтому актёры ставят легкие комические постановки, фарсы и пороки. Бродячие комедианты продолжали средневековые традиции и (как вся культура Возрождения) обращались к античному наследию. Раньше всего такие труппы возникли в Италии. Там и появился театр «комедия масок» (*commedia dell'arte*).

В комедии была только одна декорация – улица города. Постоянного сюжета не существовало: глава труппы (канокомико) задавал его, и актёры импровизировали, как в античных ателанах. Важную роль в комедии играла маска, могла закрывать всё лицо или его часть. Иногда же это был приклеенный нос или очки. Главное, чтобы создавалось типичное лицо, заострённое до шаржа.

К костюму предъявлялись два требования: удобство и комичность. Поэтому он напоминал, с одной стороны, одежды средневековых гистрионов, а с другой – дополнялся характерными смешными деталями.

С эпохи возрождения театр становится литературным, тяготеет к оседлому существованию в городских культурных центрах, его стимулирует творчество великих драматургов (У.Шекспир, Кальдерон де ла Барка, Мольер, Ж. Расин, Г. Лессинг, П.О. Бомарше, Ф. Шиллер, А.Н. Островский и др.).

В 18 и 19 вв в театре играли выдающиеся актёры: Д. Гарик, Э. Терри, Г. Ирвинг (Великобритания), Ф.Ж. Тальма, С. Бернар (Франция), Э. Дузе, Т. Сальвини, Э. Росси (Италия), П.С. Мочалов, М.С. Шепкин, М.Н. Ермолова (Россия) и др.

На рубеже 19-20 вв. появляется «новая драма». (Г.Ибсен, М. Метерлинк, А.П. Чехов), возникает режиссерский театр.

К.С. Станиславский и В.И. Немирович – Данченко осуществили имевшую мировое значение театральную реформу (пьеса «Чайка», МХАТ, 1898г.).

В США центром коммерческого театра XXв. стал Нью-Йорк, с его многочисленными театрами на Бродвее или по близости. «Маленькие театры», расположены вне Бродвея, ставили менее коммерческие пьесы, написанные молодыми драматургами. Позже появился альтернативный театр.

В Великобритании до II мир.в. были распространены репертуарные театры (театр, в которых репертуар обновлялся каждые несколько недель). Во многих столицах появляются национальные государственные театры. С 1950-х в связи с развитием кино и телевидения, началось развитие местных театров, организуемых при университете или каком-либо культурном центре.

Современный театр, сохраняя традиционные виды и жанры пополнился мюзиклом, рок-оперой, различными видами экспериментального театра (театральная лаборатория, театральные улицы, хеппеннинг).

Хеппеннинг – направление в авангардистском искусстве 1960-70х. – искусства своеобразных мини-спектаклей, сочетающих элементы театра абсурда, музыки, живописи, и вовлекающих в импровизируемое действие зрителей.

1.18. Мода как перформанс. Проектирование коллекций

Субкультурный стиль как перформанс. Дефиле как перформанс. Мода как перформанс на сцене и в повседневной жизни.

В истории бывали моменты, когда искусство и мода вступали в отношения симбиоза: каждая из дисциплин черпала в другой вдохновение, подпитывала её и в то же время с ней соревновалась. Уже в 1910-е годы тесное сотрудничество художников и кутюрье настолько укрепило эти отношения, что граница между искусством и модой оказалась размытой. Сначала создавались предметы одежды, позже стали возникать целые коллекции, вдохновленные художниками.

В XX веке происходит стремительное сближение Моды и Искусства: художники все чаще сотрудничают с фэшн-индустрией, создают эскизы одежды, оформляют обложки модных журналов, а дизайнеры называют себя художниками. Авангард, Сюрреализм, Поп-Арт – направления, которые захватили не только искусство, но и моду. Сегодня этот процесс развивается в форме коллабораций между ведущими современными художниками и модными домами, которые стирают грань между перформансом и модным показом.

Мода и перформанс не могут друг без друга: для перформанса нужен костюм (даже если этот «костюм» — нагота), а модная одежда и, тем более, дефиле, — это перформанс. Так было в истории, когда, например, Малевич делал костюмы-фигурины для первого футуристического перформанса «Победа над солнцем», так происходит и сейчас, когда Lady Gaga (у которой, кстати, есть магистерская степень по performance studies) выходит на сцену-подиум в шляпках от Филиппа Трейси. А значит, у моды и перформанса есть общие законы. Не раскрывая сразу все секреты, назовем только два механизма воздействия моды и перформанса на зрителя: шок новизны и эффект присутствия.

Эволюция моды: 20 лучших fashion-показов

Горящие машины, несущиеся на зрителей поезда, танцы, айсберги, голограммы, перформансы — за двадцать лет на подиумах разыгрывались сцены, достойные высокобюджетных экшн-фильмов. Но если поставить все яркие показы последних двух декад в один ряд, можно получить четкую картину того, как развивалась мода с 1990-х по настоящее время — что было в начале и что нас ждет в будущем. Театральность шоу Гальяно для Dior или Louis Vuitton времен Марка Джейкобса уступила место цифровым технологиям. Одним из первых их использовал, конечно, [Александр Маккуин](#), запустив голограмму [Кейт Мосс](#) на подиуме, а через несколько лет и Умберто Леон с Кэрл Лим из Kenzo — на их шоу главную роль играл говорящий аватар по имени Кнола. Традиционные площадки Недель моды — Париж, Милан, Нью-Йорк и Лондон — стали сменяться новыми важными рынками моды: в 2007 году Fendi устроили показ на Великой Китайской стене, а Pierre Cardin — в китайской пустыне Дуньхуан. Коллекции Métiers d'Art Chanel путешествуют по всему миру — от Зальцбурга до Шанхая, от Рима до Сеула. Сегодня к этому «международному походу» подключились и другие игроки — Givenchy открывали нью-йоркскую Неделю моды в прошлом сезоне, Saint Laurent сделали свой первый показ в Лос-Анджелесе, а Louis Vuitton планируют отправиться в Рио-де-Жанейро. Но что бы ни происходило на подиумах, мода всегда останется социальным видом искусства — любые изменения в обществе отражаются в ней, как в зеркале, пусть и слегка искривленном. Об этом последние показы Chanel с идиллическим Парижем на киностудии или шоу Prada с гигантскими феминистскими

фресками. Но самые важные перемены — не в декоре, а в формате показов будущего. Burberry, Vetements, Tom Ford — совсем недавно эти бренды объявили о том, что будут делать всего два показа в год, а вещи с шоу будут сразу же поступать в продажу. [Эпоха Snapchat и Instagram](#) ввела в моду свои коррективы — теперь, когда фотографии с показов доступны любому человеку в любом уголке земли буквально в тот же момент, когда модель проходит по подиуму, ждать полгода с шоу до появления коллекции в магазинах действительно не имеет смысла. Новый календарь показов, возможно, изменит мир моды навсегда и в самые короткие сроки. А пока этого не произошло, есть время оглянуться назад и вспомнить, как выглядела мода в 1990-е и нулевые — когда каждое шоу было театральной постановкой, а каждая коллекция оставалась загадкой до выхода статьи в журнале.

АРМИЯ ЗВЕЗД

Dolce & Gabbana

Показы Dolce & Gabbana обычно проходят в традиционном ключе, без выступлений актуальных артистов и без сумасшедших декораций. Но армия моделей в конце шоу уже стала визитной карточкой итальянского дуэта: все без исключения одетые в одном стиле или цвете модели проходят стройной толпой по подиуму, вызывая лишь восхищение, — и никаких спецэффектов не надо.

ЖАЖДА СТРАНСТВИЙ

Louis Vuitton

Эпоха Марка Джейкобса в Louis Vuitton запомнилась мощными театральными постановками, так или иначе связанными с темой путешествий.

Показы, которые всегда начинались минута в минуту, как было указано на приглашении, проходили в антураже то парижской гостиницы, то настоящего вокзала, на который приезжал стимпанковский поезд, — эффект от этого действия был не меньший, чем от первого фильма братьев Люмьер.

ТЕАТР ОДНОГО АКТЕРА

Джон Гальяно для Dior. Придя в Dior в 1996 году, Джон Гальяно будто заново изобрел этот французский Дом: добавив в коллекции китча и по-британски нарушив все возможные правила, он одним из первых превратил кутюрные показы в зрелищные представления. Подиум превращался то в эдвардианский сад с каретами, то в постановку истории о Чию-Чию-сан. Сам дизайнер никогда не оставался в стороне от происходящего и выходил на поклон в фантастических костюмах — от Наполеона до пирата. Самым потрясающим воображение показом [Рафа Симонса](#) для Dior стал самый первый — кутюрное шоу осень — зима 2012 года. Пять комнат отеля на парижской авеню д'Иена были заполнены цветами — синие дельфиниумы в первой, желтые лабурнумы во второй, в третьей — белые орхидеи, в четвертой и пятой — пионы, розы и георгины. Раф Симонс посвятил коллекцию основным изобретениям Диора — от жакета «Бар» до силуэта New Look, а декорации шоу — его главной страсти: цветам и садоводству.

АРТ-ХАУС

Alexander McQueen

Своим весенне-летним показом 1999 года Александр Маккуин окончательно доказал, что мода может быть искусством: на круглом подиуме, кроме моделей, появились две машины-робота, и с самого начала было понятно, что они — как то чеховское ружье, которое обязательно выстрелит. Так и случилось: в финале шоу машины распыляли краску на стерильно-белое платье Шалом Харлоу. Но самые сильные чувства у публики вызвал осенний показ 2006 года, когда на подиуме появился голографический призрак Кейт Мосс, — в тот год из-за кокаинового скандала с ней отказались работать почти все дизайнеры, но Александр Маккуин напомнил публике, что Кейт всегда в наших сердцах.

Tommy Hilfiger.

Томми Хилфигер построил на подиуме настоящий курорт для своего весенне-летнего показа 2016 года — в центре зала оказался небольшой водоем с деревянными мостками для прохода моделей, а на заднем плане виднелся цифровой океан, закат и самый натуральный пляжный бар

с соломенной крышей. В финале шоу под карибские ритмы модели в купальниках пошли не по подиуму, а прямо по воде!

В 1990-х парижский дизайнер Тьерри Мюглер был одним из тех, на кого всегда можно было положиться в плане шоу. Его показ haute couture весна — лето 1997 был посвящен насекомым: вместо музыки представление началось с назойливого жужжания, а макияж моделей и некоторые детали платьев напоминали раскраску бабочек. Но самое загадочное его шоу — осень — зима 1997/98 с Надей Ауэрманн в роли мистического божества в перьях.

От картин на платьях до перформансов на показах Как мода становится искусством

Создание одежды — это в первую очередь работа с цветом, формой и эстетикой. Одежда, как и искусство, может выражать настроение, мироощущение и другие абстрактные мысли и идеи. Дизайнеры живут в тех же больших городах, читают те же книги, посещают музеи и выставки, толкаются на вечеринках, смотрят кино. На одежду они переносят свои впечатления и отношение к происходящему. А благодаря новым технологиям пошива, окрашивания, вытачивания и моделирования они могут выражать идеи с помощью любых фактур и форм. Сегодня неделя моды — главный смотр достижений индустрии — можно воспринимать как своего рода медиа, только образы и отсылки здесь приходится угадывать и додумывать. «Медуза» вместе с петербургским [ТРИЦ «Галерея»](#), где с 3 по 6 ноября пройдет фестиваль Art of Fashion, разобралась, как тесно оказываются переплетены искусство и мода.

Мода и изобразительное искусство

Переносить картины на одежду одними из первых пробовали модельер Эльза Скиапарелли и художник Сальвадор Дали. Они были близкими друзьями и вместе продвигали новаторские идеи сюрреализма. Одним из результатов их дружбы стала коллекция Schiaparelli 1937 года с украшениями, созданными по эскизам Дали, и платье в пол с красным поясом и [рисунком омара на юбке](#). Другим знаковым сплавом моды и живописи стала коллекция коктейльных платьев с графичными рисунками Мондриана, созданная Ив Сен-Лораном в 1965 году. Эти образы до сих пор остаются важными символами эпохи 60-х.



Luke MacGregor / Alamy / Vida Press

Впоследствии дизайнеры все чаще и чаще вдохновлялись искусством. Так, например, на платьях Valentino [угадываются](#) части полотен Босха, сумки Louis Vuitton то пестрят [горохом Яёи Кусамы](#), то полотнами Рубенса и Ван Гога в [переложении Джеффа Кунса](#), на шарфах Alexander McQueen появляются [черепа Дэмиена Херста](#), а платья Celine предстают [репродукциями Ива Кляйна](#).

Узнать о сложностях перенесения картин на ткань можно из документального фильма «Dior и я», который рассказывает историю работы Рафа Симонса над первой кутюрной коллекцией Christian Dior: для платьев классического силуэта французского дома креативный директор использовал принт с картин Руби Стерлинга. Эту картину можно посмотреть на фестивале Art of Fashion 6 ноября. Также в рамках фестиваля покажут «Первый понедельник мая» — фильм о закулисе Met Gala под руководством Анны Винтур, «Глаз должен путешествовать» — байопик культового обозревателя моды Дианы Вриланд и несколько лент с Берлинского фестиваля модного кино.

Мода и перформанс

Перенесением живописных образов на одежду дело не ограничивается. Многие дизайнеры вдохновляются и другими формами искусства. Так, в 1999 году Александр МакКуин выпустил

на показ модель в белом платье. Она встала на крутящуюся стойку, а два робота распыляли на платье краску, [превращая его в арт-объект](#). В 2012 году звезда перформанс-арта Марина Абрамович поучаствовала в рекламной кампании Givenchy, а в 2015-м срежиссировала весенне-летний показ модного дома. В 2017 году Moncler вместе с фотографом Энни Лейбовиц объединились с китайским перформансистом Лю Болином: для рекламной кампании «Скрываясь в городе» он загримировался так, что [полностью сливался с окружающей средой](#).

Другой интересный пример переосмысления фотоискусства и перформанса показал один из главных моторов современной моды Демна Гвасалия в коллекции Vetements осень-зима 2017. Он выпустил на показ модели в стереотипных образах: дама преклонного возраста в норковой шубе, классический панк, мужчина, напоминающий охранника в кожаной куртке, европейский турист с сумкой на поясе, работница банка в твидовом костюме. Как выяснилось позже, Демна использовал образы, показанные [на выставке «Exactitudes»](#) фотографа Ари Верслуиса и социолога Элли Эйттенбрук, посвященной стереотипам.

Узнать больше о том, что такое фэшн-перформанс, можно будет в [ТРЦ «Галерея»](#), где стилист Владимир Бордок представит шесть модных шоу, посвященных главным трендам предстоящего сезона. Все подиумные образы будут собраны из популярных марок одежды и аксессуаров из ТРЦ «Галерея». Там же будут расположены корнеры-витрины четырех авангардных российских дизайнеров-перформансистов: Turbo Yulia, Roma Ermakov, Venera Kazarova, Varenue Organizm. А еще на фестивале выступит с речью о взаимопроникновении моды и искусства Стас Башкатов (комьюнити Sila Sveta).

4 курс, 7 семестр

1.19 Особенности проектирования из ткани в клетку и полоску.

Виды клетки и история возникновения. Ткани с рисунком в клетку занимают видное место в общем ассортименте тканей. Клетка – пожалуй, один из самых распространенных видов рисунка на ткани. Их расцветки в своем большинстве красочны и разнообразны, благодаря чему клетчатые ткани широко применяются для одежды различного назначения.

Существует **много Дизайнов клетки:**

- тартан Burberry (Nova)
- Тартан Stuart
- тартан Гленчек (Glen Urquhart Check)
- тартан «принц Уэльский»
- Куриная лапка (pied-de-poule)
- Клетка Пепита (pepita)
- Клетка Виши (vichy) или Гинем (gingham)
- Аргайл (argyle)
- Клетка «Мадрас»

Клетки различаются по размеру, по числу цветов в дизайне, по толщине линий и яркости красок. Самые первые упоминания о клетке историки моды датируют III веком нашей эры.



Согласно традициям, пальма первенства в изобретении и популяризации клетчатого рисунка принадлежит шотландским мужчинам, но это не совсем так. Недавно, во время проведения археологических раскопок в Египте, учёные обнаружили древнюю мумию, завёрнутую в клетчатый саван. Кроме того, известным историческим фактом является то, что знать в Древнем Риме носила клетчатые тоги, а мужественные самураи в Японии – клетчатые кимоно.

В древней Руси распространённым был рисунок в виде ромбовидных решёток с кругами в центре или звёзды на фоне квадратов.

Существовали и другие народы, использовавшие в одежде ткань с клетчатым рисунком.

В **Индии** клетчатые ткани используют для полотенец.

В **Индонезии** клетка символизирует борьбу между добром и злом.

В **Японии** клетчатая ткань используется для духовного обряда: ею обертывают статую, если в семье умирает ребенок.

В **Камбодже** ткань в клетку используют для декора интерьеров.

Американцы уверены, что нет ничего более американского, чем клетчатая ткань. Хотя сама ткань была завезена в США, задолго до того, как её начали изготавливать в Штатах.

Африканские Масаи использовали ткань в клетку на протяжении тысячи лет, которая является частью национального костюма.

Немцы считают, что ткань в клетку изобрели в Баварии, а **итальянцы** считают её своим изобретением (родиной клетки они называют Северную Италию).

В современном обществе клетку по-прежнему одинаково любят как панки и неформалы, так и аристократы, и миллионеры.

Но именно в Шотландии особое отношение к клетке. Неспроста ведь многие виды клетчатой ткани называют шотландкой.

Издавна шерстяная и плотная ткань с подобным узором считалась знаком кланов. Тогда каждый отдельный род имел собственный определенный рисунок клетки, различаемый по размеру и цвету.



За многие столетия появились различные **типы клетчатых узоров**.

Изначально шотландские клетчатые ткани называются **тартан** (дословно переводится, как «рисунок»). Первое упоминание о тартане относится к 325 г. нашей эры. Весьма потрепанный кусочек материи хранится в Национальном музее Шотландии в Эдинбурге.

Эти ткани производятся уникальным старинным способом. Определённый набор нитей, расположенных в установленном порядке по цветам и количеству узоров, натягивается строго под прямым углом на ткацкий станок. Этот набор нитей называется **сем (sett)**, его ткют сначала в прямой последовательности, затем – в обратной. В итоге, если развернуть эту ткань на 90 градусов, мы увидим точно такой же набор – это и есть идеальная симметрия.

Тартан



В давние времена тартаны производились кустарными методами, в каждой местности нитки окрашивались имеющимися там природными красителями. В результате у каждого шотландского клана появились свои цвета, и позже это стало традицией. В «Великой Истории Шотландии» говорится, что король мог иметь до семи цветов в своём тартане, друид – шесть, а представитель знати – четыре.



Тартаны бывают трёх видов:

- **Симметричный тартан** имеет 2 стержневых линии, пересечение которых является центром симметрии, относительно чего располагается последовательность полос в 4 направлениях: юг, север, запад, восток. Эти два центра связаны по диагонали простыми квадратами (площадями), каждый из которых своего цвета. Последовательность цветов читается справа налево через центр и повторяется слева направо.

- **Несимметричный (асимметричный) тартан** не имеет никаких центров, рисунок повторяется просто справа налево на всю ширину ткани. Несимметричный тартан ткется простым повтором сета (без обратного повтора). Но при развороте ткани на 90 градусов, узор и последовательность цветов, тем не менее, остаются неизменными.

- **Двухцветный тартан.** Примером служит знаменитый тартан клана MacGregor (фото), известный еще как тартан Роб Рой; представляет собой черно-красную, как миланский флаг, клетку. А другой знаменитый тартан рода Moncreiffe (фото) - красно-зеленого цвета.

Тартан считался универсальной одеждой. Тартан не сшивался. Поначалу тартаны также имели фиксированные размеры: 1,5 метра в ширину и 5,5 метров в длину. Их использовали как накидки с капюшонами, или же оборачивали вокруг бёдер. Подобный вид одежды был особенно распространён у викингов, именно у них шотландцы позаимствовали слово «килт» для обозначения своей, ставшей всемирно известной клетчатой юбки.

Килт (сшитая юбка со складками) появился в начале 18-го века. Слово «килт» происходит от англо-шотландского **kilt**, означающего "обворачивать одежду вокруг тела". На килт идет, примерно, девять ярдов ткани. Этот наряд, по сути, является "остатком" от большого пледа. **Килт** - это не просто удобная мужская юбка, это еще и знак отличия.

Спустя какое-то время в старой доброй Англии произошла промышленная революция. Довольно быстро появились сразу несколько фабрик, изготавливающих тартан. Самой известной из них была основанная в 1765 году фабрика William Wilson & Son's of Bannockburn («Уильям Уилсон и сыновья из Баннокберна»). Именно эта фабрика снабжала тартанами шотландскую армию.

С тех пор английское общество словно помешалось на клетчатом принте. Мода на тартан дошла до того, что даже королева Виктория с принцем Альбертом создали новый вид тартана и использовали его для декора своего дворца в Балморале. Именно благодаря этой монаршей чете клетку во всём мире стали ассоциировать с традиционной британской сдержанностью, аристократичностью и аскетизмом.

Особую популярность клетка обрела во времена романтизма XIX века, когда общество зачитывалось романами Вальтера Скотта и поэмами Джорджа Байрона. Клетка стала признаком свободолюбия и вольнодумства. Те, кто поддерживал идею свободы слова, носили шотландские пледы вместо плащей, а также клетчатые жилеты и галстуки.

Существует даже **Museum шотландского тартана в Франклине**. Шотландцы готовы платить огромные деньги за тартан, созданный по всем технологиям (не дешевле 60\$ за ярд (91 см)).

Сегодня в мировом регистре тартанов Scottish-Tartans-World-Register зафиксировано более 3300 образцов, принадлежащих семьям, городам, организациям и целым странам. В шотландском реестре The Scottish Register of Tartans их еще больше - 6076. В Шотландии их регистрацией даже занимается специальная компания, которая в отличие от мирового, продолжает регистрировать новые тартаны. Зарегистрированные тартаны можно использовать лишь с разрешения их владельцев. К примеру, Королевский тартан Balmoral (Royal) (фото), могут носить только члены королевской семьи.



Несколько тартан связаны с *принцем Чарльзом Эдвардом*.

СТЮАРТ ROYAL - самый известный во всем мире тартан. Тартан Stuart (**Стюарт принц Чарльз Эдвард**) мог носить любой гордый шотландец для подпитки национального самосознания. Принц *Чарльз Эдвард* был *последний правитель Шотландии по мужской линии, который умер в 1788* году.

Дом Стюарт продолжался по женской линии *королевы Виктории* и далее в королевские семьи сегодня. Исторически ношение тартана регламентировалось правителями Королевского дома. Существует несколько видов тартана Стюарт. Широкое распространение этот тартан получил уже в XVII веке. Тогда для воинственных шотландцев пледы из тартана были повседневной одеждой. До тех пор, пока после битвы при Каллодене в 1746 году англичане не запретили носить в Шотландии одежду из тартана. Есть множество других тартан, с которой он связан в том числе **Драммонд Перт**, **Макдональда Kingsburgh** и **Макдональда Kerrock**.

В наше время тартан Stuart всё чаще можно встретить в одежде и аксессуарах, без его участия не обходятся и [МОДНЫЕ ПОКАЗЫ](#) (фото).



Изменить этот взгляд на клетку смогли только в 70-х годах неформалы (панки). Они нагло присвоили себе традиционную клетчатую расцветку, сделав её символом бунтарства и воинственности. Это был своего рода вызов всему чопорному и пуританскому.



Тем не менее, именно панки способствовали триумфальному возрождению клетки в одежде простых людей. Аристократы были возмущены, но это было в какой-то степени возвращение к истокам, к первоначальной мужественности тартанов, которые носили шотландские горцы. Клетку полюбили все, начиная от ковбоев Дикого Запада (ковбойка – клетчатая рубашка с накладными карманами), заканчивая свободолюбивыми канадскими лесорубами, ценящими всё крепкое, добротное, надёжное.

Невозможно также не упомянуть о *преппи-стиле (preppy)*, взявшем своё начало от школьной формы для воспитанников престижных учебных заведений. В XIX веке подобную школьную форму из шотландки начали шить в Японии. Да и в наше время японские школьницы-подростки,

изны ваюшие от избыточного адреналина и желающие вырваться из скучного размерного социума, носят клетчатые мини-юбки, выказывая тем самым бунтарский дух. Это даже стало отдельным стилевым течением в современной уличной моде.

Ткань в клетку давно вышла за пределы Шотландии.

Но далеко не каждый знает, что некоторые «брендовые» клетчатые ткани имеют самое непосредственное отношение к тартанам. Остановимся на некоторых из них.

Барберри - Burberry (Original) Tartan



BURBERRY
ESTABLISHED 1856



Классическая клетка Burberry имеет свое личное имя - Nova или английская клетка и состоит из четырех цветов: черного, белого, песочного и красного. Основана в 1856 году Томасом Бёрберри, когда он открыл небольшой магазин мануфактуры в Гэмпшире.

В 1880 году Томас Бёрберри изобрёл первую в мире «дышащую» непромокаемую ткань габардин, названную в честь укромного места, встречавшегося

в произведениях Шекспира, в котором можно было спрятаться от непогоды. В 1888 году технология производства габардина была запатентована. Одежда из нового материала стала альтернативой тяжёлым прорезиненным плащам-макинтошам^[1].

В первые десятилетия своего существования компания специализировалась на производстве верхней одежды, была поставщиком британской армии. Защитной одеждой Burberry была снаряжена экспедиция Руаля Амундсена на Южный полюс. После окончания Первой мировой войны одежда компании стала популярна среди гражданского населения. В частности, в одежду Burberry были одеты персонажи таких знаменитых фильмов, как «Касабланка» и «Завтрак у Тиффани», а также некоторые персонажи знаменитого сериала «Пуаро Агаты Кристи».

Первые пальто «от Burberry» носили генералы британской армии во время англо-бурской войны (1890г). Позже к ним добавили эполеты и они стали известны как «Trenchcoat» (теплая полушубель). Когда война закончилась, тренкот стал популярен и среди мирных жителей.

Тартан Burberry стали использовать спустя 70 лет после основания компании, как подкладку. В 1924 г. продавец магазина Burberry выставил на витрину расстёгнутое пальто, клетчатая подкладка которого понравилась клиентам намного больше, чем пальто, и сразу стала хитом продаж.

Нова полюбилась англичанам настолько, что они осторожно внедрили её сначала на зонты, потом – на шарфы. Вскоре чёрно-бело-красно-бежевая клетка украшала всю продукцию компании Burberry. Одежду с фирменной клеткой заказывали и знаменитости, и авиаторы, и полярники-экспедиторы, и современная продвинутая молодёжь.

Такая популярность сыграла злую шутку с компанией Burberry – мир наводнили подделки, фейки с аналогичными узорами Новы. Кроме того Нова полюбилась чавстерам – английским гопникам, которые были взбалмошными хулиганами и терроризировали население.

Чтобы как-то заглушить такой сомнительный успех Новы, креативный директор Burberry Кристофер Бейли принял решение на время убрать клетчатую ткань из коллекций бренда. Так Нова надолго исчезла с прилавков. Но через какое-то время, когда ажиотаж вокруг знаменитой клетки поутих, компания Burberry осторожно начала возвращать её к жизни. К классической бежевой клетке Нова присоединились новые цвета. Сегодня у Burberry есть варианты их легендарной клетки: черно-белый, розовый (фото) (Candy Check), голубой (фото) (Blue Bell Check).



Есть три основных вида (фото) тартана Burberry: Haymarket check-оригинальная, Nova check - введена для более молодой аудитории, House check - самое последнее «видение», появилось в 2006г.

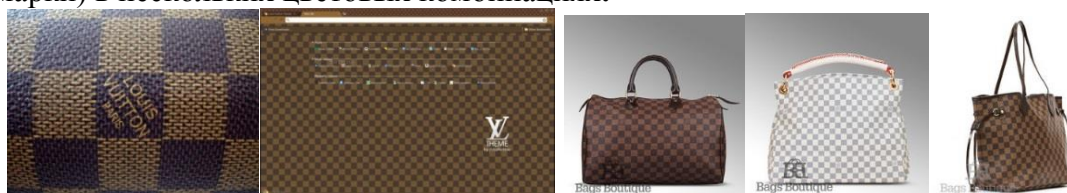
Louis Vuitton. Отдельным пунктом стоит вспомнить *простую шахматную клетку, прославленную брендом Louis Vuitton*. Удивительно, но факт: сам по себе принт ничем не отличается от миллионов других, но именно он — самый желанный окрас новой сумочки сезона весна-лето 2013



Louis Vuitton (в русской транскрипции передаётся как *Луи Виттон*^[1]) — французский дом моды, специализирующийся на производстве чемоданов и сумок, модной одежды и аксессуаров класса «люкс» под одноимённой торговой маркой. В настоящее время компания является частью международного холдинга LVMH.

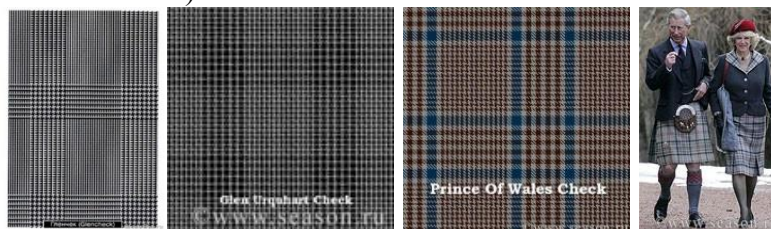
В 1854 году Виттон основал свой собственный торговый дом. Следы его до сих пор можно увидеть на фронте магазина на Елисейских полях, где значится: «Louis Vuitton, изготовление чемоданов, парижский торговый дом, основанный в 1854 году». В 1998 году Louis Vuitton расширяет сферу деятельности и выходит на новый для себя сектор рынка, модный, что играет определяющее значение в смене облика предприятия. С новым художественным директором, Марком Джейкобсом, появляются отделы готового платья, обуви, аксессуаров и ювелирных изделий. Сегодня Louis Vuitton представлен более, чем в 53 странах мира.

Для изготовления сумок Louis Vuitton использует не только кожу, но и ткани. **Особенно известны ткань в красно-бежевую полоску, ткань в клетку** и монограммная ткань (с логотипом марки) в нескольких цветовых комбинациях.

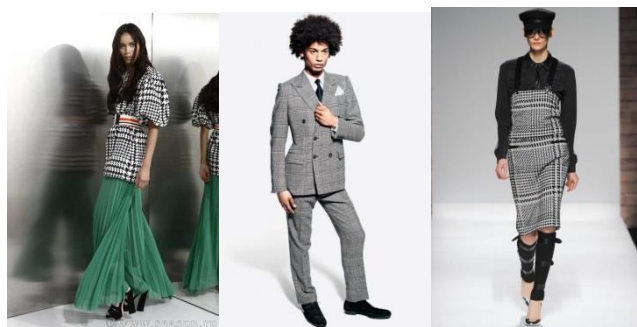


Гленчек (glencheck)

Родина классического тартана Гленчек (Glen Urquhart Check) - земли замка Urquhart, что находится у озера Лох-Несс в горной Шотландии. Если по рисунку классической клетки Гленчек накладывается ещё одна большая клетка, контрастного цвета, то говорят о Гленчек "принц Уэльский" (фото) (Prince Of Wales Check).



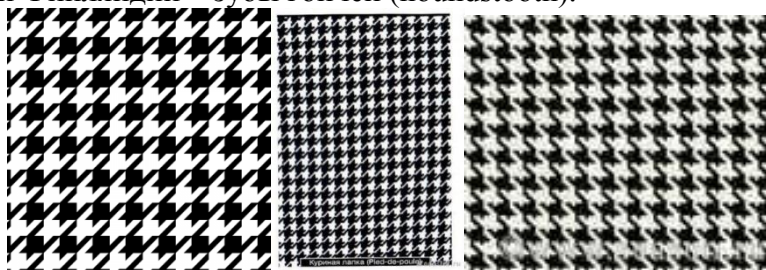
Эта клетка из сезона в сезон остаётся популярной, чаще всего используется в жакетах (фото) и костюмах.



«Гленчеком» называют мелкий контрастный рисунок, чаще всего состоящий из двух цветов — популярная шерстяная ткань для костюмов. Она серого цвета, но с тонкими темными и светлыми полосами, благодаря которым в местах пересечения образуются клетки. Подобную клетчатую ткань использовали различные вельможи в своих повседневных костюмах, не придавая значения тому, что среди высшего света их считали вещами слишком низкого происхождения.

Куриная лапка (pied-de-poule)

У нас этот знаменитый узор называют куриной или гусиной лапкой, в Германии – петушиной лапкой, в Англии и Финляндии – зубы гончей (houndstooth).



Эта чёрно-белая клетка (Куриная лапка (pied-de-poule) с лёгкой руки Коко Шанель, которая популяризовала данный узор еще в 20-х годах XX века, считается символом утонченности и хорошего вкуса. Коко Шанель часто черпала идеи для своих коллекций в гардеробе мужчин – именно оттуда берёт своё начало узор куриная лапка – углы клеток как бы выскакивают за границы квадрата. В итоге получается мелкий узор из квадратов с удлинёнными углами по диагонали. Они расположены в форме зубцов, а сама ткань довольно часто одноцветная, и еще чаще — черно-белая. А когда этот рисунок выглядит крупнее, как на рисунке, его называют «собачьим зубом». Ткань всегда полотняного переплетения, благодаря чему, возможно создание именно такого рисунка. За счёт полотняного переплетения, все «выступы» углов каждого квадратика, создаваемого переплетением нитей (фото), расположены под прямым углом, а не диагонально, как у Пепиты.

Приталённый жакет с узором куриная лапка стал символизировать респектабельность и элегантность. А после выхода в 60-х годах фильма «Завтрак у Тиффани», где героиня Одри Хепберн предстала перед зрителями в маленьком чёрном платье и в жакете с узором куриная лапка – этот жакет стал деталью маст-хэв в гардеробе каждой модницы. Серый цвет куриной лапки (pied-de-poule) с пересечениями тёмных и светлых полос неизменно присутствует в шанелевских шерстяных костюмах и жакетах. Куриная лапка практически никогда не выходит из моды. Пик её популярности пришёлся на 30-е, а затем на 70-е годы, когда этот рисунок «просочился» и в интерьер. Третьей волной стал сезон 2005-06 гг. И в настоящее время дизайнеры не забывают этот рисунок, а в 2009-11 гг. добавляли в него цвет (фото), отличный от традиционного. Рисунок прекрасен и опасен одновременно - слишком сложен он для восприятия. Поэтому в наряде разумно сделать всего одну такую вещь - платье (фото) или жакет. Можно обойтись парой аксессуаров: сумка (фото), платок (фото) или шарф, туфли (фото).

Эта ткань бывает полотняного или саржевого переплетения, для её основы используется пряжа разных цветов. Из-за простого и незамысловатого дизайна *пенита* изначально использовалась только для пошива постельного белья и пижам.



Полотняного переплетения



саржевого переплетения

Виши (vichy) или Гинем (gingham)

Популярный тип клетчатой ткани — «виши» - по давности появления превосходит даже английскую клетку. «Виши» появился на свет в 1850 году и своим названием обязан французскому городу, в котором его изобрели два местных ткача. Город славится своей минеральной водой, чему и обязан своим названием, которое в переводе с кельтского означает *Сила воды*.

Виши используется для недорогих вещей и непритязательных вещей - детской одежды, салфеток, скатертей, мужских повседневных рубашек.

Именно виши использовал французский модельер Жак Эстерель для свадебного платья Брижит Бардо, когда она выходила замуж за Жака Шарье.

В Европе узор был известен еще с XVII века под названием **гинем (gingham)**. Название гинем происходит от малайзийского слова genggang, что означает «полосатый». Эта ткань была известна в Индии, Малайзии, Индонезии, где контрастные цвета узора могли иметь символическое значение. Так, например, в Индонезии они означали борьбу добра со злом.

Гинем и сейчас носят многие народы, например, масаи.

В Америке использовалась на производстве, как недорогая и прочная ткань. Гинем олицетворяет дух молодости с эффектом неформальности.

Это некрупная клетка, в основном, из двух цветов, один из которых чаще всего, белый. Хлопчатобумажная плотная ткань Виши создаётся путём переплетения одинаковых по ширине (полосы) продольных и поперечных нитей, набранных двумя разными цветами. Типичные цвета: красный, синий и пастельные оттенки (розовый и голубой) на белом фоне ткани.

Клетка Виши (Гинем) — неизменный атрибут прованса и стиля кантри. В Европе — это деревенский стиль, а в Америке — стиль ковбоев. Клетчатые рубашки «ковбойки» стали очень популярны в **1960-е**. Сейчас такие рубашки носят любители ретро и винтажа. Хотя есть и современные варианты (многоцветные).

Ткань в клетку является отличительным признаком стиля кантри, или загородного стиля. Как правило, занавески в клеточку, скатерти и такие же салфетки украшают кухни или столовые на дачах и в загородных домах. Ещё в **19** веке закусочные и бистро во Франции украшались тканями в клетку, чтобы кухня ассоциировалась с деревенской.

Итальянские пиццерии ассоциируются со скатертями и салфетками из красно-белой клетки и считается частью фирменного стиля сети ресторанов Пицца-Хат. На столах ресторана обязательно есть красно-белые салфетки, а также клетчатая скатерть. Такой декор — узнаваемая

и отличительная черта стиля интерьера. В любом городе мира любители Пиццы-Хат узнают свой ресторан по красно-белым скатертям в клеточку.

Ее часто используют в кантри-стиле не только одежды, а и аксессуаров.



Эту ткань широко использовали для летних повседневных платьев с широкой юбкой, юбок, блуз, купальников, фартуков и тд.



Применение клетчатых тканей. В русском языке нет специального термина для такой клетки. Клеткой у нас называется и ткань «шотландка», и многоцветная клетка, и собственно клетка Gingham в классическом бело-цветном варианте. Gingham – английское слово, но имеет малайские корни.

1.20. Проектирование изделий из меха и кожи

Особенности проектирования верхней одежды: ассортимент, материалы и отделка. Меха натуральные и искусственные в проектировании и моделировании различного ассортимента верхней одежды. Натуральная кожа и отделка из кожи. Традиции и новаторство в проектировании моделей верхней одежды.

1.21. Ткань, как источник творчества

Влияние пластических свойств материалов на формообразование швейных изделий. Орнамент на ткани. Современные тенденции оформления текстильных материалов. Жанры орнаментальных композиций. Принты и способы их изготовления.

Текстильные изделия обладают специфической формой отображения и познания мира. Им свойственны широкие возможности преобразовывать по законам красоты окружающую человека действительность. Искусство создания объектов дизайна из текстильных материалов удовлетворяет эстетические потребности людей, оказывает огромное эмоциональное и воспитательное воздействие на ум и чувства человека.

В настоящее время искусство ткачества, текстильный дизайн переживают новый подъем и находятся под пристальным вниманием со стороны искусствоведов, арт-дилеров, коллекционеров, владельцев коммерческих галерей, а также любителей современного искусства разных стран. Проекты орнаментального дизайна тканей для промышленного производства, эскизы росписи, вышивки единичных образцов, трехмерные композиции являются объектами творчества для дизайнеров, работающих с текстильными материалами.

Декоративные элементы и орнаментация завершают образную характеристику костюма, помогают подчеркнуть особенности стиля одежды, конструкции формы и ее составных частей. Существенную роль играет характер оформления и обработки поверхности материала. Ткань с орнаментальным рисунком активно участвует в процессе формообразования костюма.

Декорируя форму костюма, орнамент на ткани задает определенные способы её восприятия: акцентирует внимание на значимых участках, предопределяет временную последовательность обзора различных деталей костюма, влияет на восприятие формы в целом.

Орнамент может придать поверхности костюма или его отдельной детали характер незамкнутого фрагмента или же четко ограничить их. Он может сориентировать форму, обозначив

верх и низ, правое и левое направления. Орнамент на ткани может играть тектоническую роль - визуально организовывать поверхность и выявлять конструктивную логику формы костюма, В одном случае орнамент подчиняется структуре формы, подчеркивает ее членения, выявляет пропорции, в другом - он способен обособляться и выявлять свою собственную структуру, воздействуя на зрительное восприятие активнее, чем сама форма изделия.

Формообразование костюма средствами рисунка ткани основано на выборе исходной зрительной установки по отношению к восприятию целостной формы костюма. Зрительная установка (или программа восприятия) задается модным силуэтом согласно тенденциям развития моды и может быть фронтальной, объемной и глубинно-пространственной; она может быть направлена на выявление силуэта костюма или его нивелировку.

Различные соотношения композиционных элементов орнамента моделируют характер восприятия формы костюма согласно выбранной зрительной установки и исходя из творческого замысла. Поэтому при разработке коллекции из орнаментальных текстильных материалов исходят из специфики силуэтных или пространственных характеристик восприятия формы костюма, определяемых модным направлением.

Для декорирования тканей существует множество орнаментальных мотивов.

Отделка ткани символическими изображениями или изображением натуральных предметов также старо, как сама одежда, печатание же фраз и слов на одежде развилось недавно. Сегодня шляпы, шарфы, куртки и особенно майки «работают» как доска объявлений, дополняя язык одежды. Одежда сегодня может рекламировать все, любимые блюда, культурные вкусы, политические мнения, принадлежность к реальным и воображаемым организациям, действительную и мнимую индивидуальность, сексуальные предпочтения, текущее настроение.

Излюбленным видом отделки является вышивка. Вышивку можно встретить на любом предмете костюма – на платье, блузке, вязанной шапке, свитере, варежках, верхней одежде, обуви, джинсах, причем композиционно – в самых неожиданных местах.

Характер орнамента и принципы его построения играют большую роль в различных видах композиции, т.к. с помощью орнамента можно не только декорировать поверхность, но и подчеркнуть, ярче выявить форму предмета. Орнамент, обычно, подчинен структуре, или тектонике, объекта, поверхность которого он украшает. Особенно наглядно это проявляется в образцах народной одежды. Народный костюм традиционно декорировался орнаментальными композициями – ленточными, сетчатыми, центрическими. В орнаментальных мотивах отразились эстетические, религиозные и мировоззренческие представления народов об окружающем мире.

Первоначально орнамент в костюме имел мистическое назначение – оберегал от чар злых сил (обереги).

Древние считали одежду индивидуальным домом для тела, защищающем его от воздействия таящего опасность окружения. Самыми «уязвимыми» в этом смысле участки одежды были отверстия (горловина, подол, низ рукавов), а также места соединения полотнищ ткани – швы. Принято было украшать эти участки особенно часто и богато.

В современном костюме орнаментальные композиции являются лишь украшением. Композиционное расположение орнаментов в современной одежде часто следует традициям, сложившимся в народном костюме.

Практически все рисунки ткани для создания одежды представляют собой раппортные композиции – сетчатые орнаменты. Размер и характер раппорта, содержание мотива и цветовое решение зависит от требований моды и образа, задуманного художником – модельером.

Ткани с орнаментальным рисунком обогащает композицию костюма, позволяет получить принципиально новые образные решения, в которых со всей полнотой раскрываются художественные качества рисунка.

При наличии на ткани четких контрастных рисунков необходимы лаконичные конструктивные решения модели, ясные линии силуэта, ограничения или даже отсутствие декоративных деталей и отделки. Сложные линии силуэта и отделки, интересные сами по себе, не только слабо читаются, пропадают, но и могут повредить восприятию самого рисунка.

При проектировании костюма нужно учитывать влияние характера его формы на восприятие текстильного орнамента (на одежде строгой прямой формы он кажется плоскостным, а ниспадающей складками драпировок – приобретает ритмичное движение).

Важно учитывать, что при некоторых способах кроя рисунок резко меняет свое направление.

Ткани с односторонней направленностью в массовом производстве снижают экономичность раскроя (раскладка парных симметричных деталей).

При выборе ткани, имеющей тот или иной рисунок, художник – модельер должен учитывать следующие факторы:

- Функциональное назначение костюма – является ли он одеждой повседневной, нарядной, домашней или для отдыха;

- Возрастную принадлежность костюма – для детей различных возрастных групп, подростков, молодых людей или лиц пожилого возраста;

- Половой признак – будут эту одежду носить мужчины или женщины, а может, она относится к стилю унисекс;

- Конструкцию и особенности модели – наличие резных линий и членений, присутствие и форма конструктивно – декоративных деталей, а также возможность раскроя «по косой»;

- Соответствие этого рисунка требованиям моды текущего сезона.

Орнамент в композиции костюма может возникать не только в виде рисунка ткани, но и как способ декоративного оформления одежды. Он создается различными декоративными приемами: вышивкой, аппликацией, свободной росписью. Накладными тесьмой, кружевом и т.п.

Художник, включающий орнамент в композицию костюма, должен помнить, что орнаментальный рисунок и костюм – единое целое, они дополняют и обуславливают друг друга, лишь вместе составляя гармоническую завершенность.

Цвета отдельных элементов костюма должны тщательно подбираться в соответствии со всем костюмом и выявлять при этом достоинства индивидуальности. Человек, желающий быть одет в соответствии со своей индивидуальностью, выбирает цвета, которые гармонируют с цветом его кожи, волос, глаз. Есть общие правила по выбору цветов для людей с нормальной кожей, но существует так много оттенков кожи, что выбор должен делаться для каждого индивидуально.

1.22. Проектирование изделий с использованием фактуры

Фактура в композиции костюма. Современные фактуры материалов на модных показах. Использование фактур в изделиях различного назначения.

Вуокко Есколин-Нурмесниemi, одна из главных дизайнеров Маримекко в 1950-ых, основала собственную компанию **Vuokko Oy** в 1964. Наряду с готовыми изделиями она специализировалась на универсальном платье и обивочных тканях, набитых шаблонами, с простыми, но примечательными рисунками. Круглые мотивы, иногда расходящиеся, иногда сокращающиеся внутрь, были повторяющейся особенностью ее образцов, основным дизайном стартовой коллекции был циркулирующий водоворот

От простой двухцветной клетки на хлопчатобумажной или льняной ткани до сложных разноцветных повторяющихся мотивов с изысканной композицией, связанных с историческими событиями, от примитивного полотна до бархата, от великолепной вышивки, выполненной в единственном экземпляре и являющейся произведением искусства, до набивных тканей массового производства... В любом случае текстильный орнамент исторически являлся неотъемлемой частью одежды.

Мы видим ткани в музеях и галереях, шьем из них одежду для повседневной жизни и особых случаев, используем для украшения квартир и домов — так или иначе, но наша жизнь немислима без ткани. К тому же она обладает собственной системой знаков, и благодаря знанию этой системы мы можем по-новому взглянуть на орнаменты в коллекциях Fashion дизайнеров, в полной мере оценить их символизм и образность, а также постичь смысл, вложенный в коллекцию ее создателем.

Карьера *fashion-стилиста*, его успех и профессионализм зависят от долгой подготовки, главное в которой — изучение всех необходимых дисциплин. Очень важной дисциплиной в программе подготовки стилистов является дисциплина **История текстильного дизайна**. Эта дисциплина дает синтезированные сведения о зарождении текстильного дизайна как направления в дизайне, о ключевых дизайнерах, которые внесли вклад в развитие орнаментального искусства, а также о том, какую эстетическую нагрузку несут орнаменты в fashion коллекциях. Изучение текстильного направления дизайна — это многогранный и очень увлекательный процесс, давайте же отправимся в мир текстильного орнамента, и пусть он вас удивит.

Декорирование одежды – это отдельное искусство, которое может сделать обычную вещь оригинальной и неповторимой. Современные российские дизайнеры активно используют в своих работах различные декоративные элементы. Некоторые из них известны очень давно, а некоторые стали возможны благодаря новейшим технологиям. И конечно, на все элементы декора в одежде существует своя мода. Рассмотрим некоторые варианты украшения одежды, которые используют современные дизайнеры. Всем известная аппликация открывает огромный простор для творчества. Аппликации на одежде делаются из самых разнообразных тканей – бархата, атласа, шерсти и шелка, а также камней, бусин, страз, валенной шерсти – на что хватит фантазии. И даже обычная футболка, с аппликацией в виде огромного атласного цветка становится экстремально модной. **Ручная роспись** – еще один модный элемент дизайна одежды. Техники росписи существуют самые различные – узорчатые, трафаретные, свободная роспись. Использование ручной росписи позволяет создавать неповторимые вещи, т.к. каждая работа мастера индивидуальна. В новом сезоне весна-лето 2011 хитом будут авторские шерстяные пальто, окрашенные вручную.



Высокие технологии в декорировании одежды также имеют место быть. Все чаще можно встретить дизайнерские изделия с авторскими рисунками, напечатанными методом сублимации или шелкографии. В крупных дизайнерских домах в коллекциях используют ткани с индивидуальным дизайном. Например, платья-туники от российского дизайнера Lena Karin сделаны из ткани с авторским рисунком, произведенной по специальному заказу.

4 курс, 8 семестр

1.23. Разработка коллекций в индустрии моды

Мотивация и имидж потребителей при создании торговой марки. Особенности разработки коллекций в современных рыночных условиях на примере творчества известных дизайнеров.

Потребители на рынке модных товаров.

В последнее время наблюдается повышенный интерес к вопросам создания торговых марок в индустрии моды. Торговая марка привлекает покупателей, влияет на процесс покупки. Стимулирует ее, формирует отношение и приверженность потребителей к товару и марке. Торговая марка представляет товар и устанавливает коммуникации с потребителями, позволяя производителю или торговой фирме взаимодействовать с ними. При создании торговой марки учитываются мотивы покупки, имидж покупателя как покупательский мотив, процесс покупки, убеждения, ценности, стереотипы потребителей целевой группы.

Удовлетворение и удержание покупателя – основные задачи производителей и торговых фирм. Процесс покупки начинается с того момента, когда потребитель впервые задумывается о необходимости приобретения товара, и продолжается в процессе эксплуатации товара. Этот процесс может закончиться благоприятным отношением потребителя и повторной покупкой. Для воздействия на потребителей торговая марка представляет им торговое предложение о преимуществах и выгодах использования товара, удовлетворяющих их потребности. Преимущества и

выгоды – это все то, что товары дают потребителям. Побуждают и направляют поведение потребителей движущие силы в виде покупательских мотивов. Потребности представляют собой осязаемые проявления мотивов.

У каждой торговой марки есть свое особое марочное предложение, лежащее в основе рекламы и всех мероприятий по продвижению товара. Марочное предложение разрабатывается в два этапа: на первом этапе формулируется содержание марочного обращения, на втором этапе разрабатывается творческая концепция. Творческая концепция необходима для создания рекламных, визуальных образов, названия и логотипа, слоганов, мифа торговой марки. Создаваемые образы должны усиливать восприятие марочного предложения и стимулировать желание целевых потребителей приобрести товар. Образы и их эмоциональное восприятие формируют отношение и привязанность к торговой марке и товару.

Имидж потребителей как покупательский мотив

Приобретение товаров индустрии моды, как правило, вызвано потребностью покупателей в создании собственного имиджа, которая может быть как осознанной, так и неосознанной. Имидж выстраивается при балансе между двумя противоположными мотивами: утверждением индивидуальности и желанием быть такими же, как и окружающие. Покупательское поведение может определяться психологическим складом и особенностями личности. Например, экстраверты с помощью внешнего стиля или отдельных деталей костюма стремятся стимулировать общение, а интроверты – создать границы в общении. При приобретении товаров покупатели стремятся создавать и поддерживать собственные воображаемые образы и выбирают марки, имидж которых соответствует этим образам. Покупки совершаются как в соответствии с реальными представлениями о себе, так и в соответствии с желаемыми и идеальными образами. Человек подчеркивает свою индивидуальность по разным причинам: чтобы чувствовать себя комфортно, повысить самооценку, взаимодействовать с другими людьми, продемонстрировать себя, привлечь внимание. Утверждение индивидуальности может быть также вызвано желанием повлиять на характер общения и поэтому зависит от социального окружения. Другой способ взаимодействия с окружающими – быть такими же, как и они. Единый внешний стиль благоприятен для взаимопонимания и способствует коммуникациями. Имидж также помогает человеку разыгрывать роли в жизни – дома, на работе, в кругу друзей. Эти роли влияют на покупательское поведение и мотивы покупок.

Социальные мотивы

Имидж и стиль внешности представляют связующее звено между личностью и ее окружением, поэтому мотивы покупки одежды и аксессуаров выражают социальную роль потребителя и направлены на социальное взаимодействие.

Социальные мотивы и имидж потребителей целевой группы, как правило, приоритетны при составлении марочного обращения. Покупательское поведение и потребность в создании имиджа во многом зависят от социального класса покупателей и референтной группы, оказывающей сильное влияние на поведение человека. Референтная группа характеризуется своими нормами и ценностями и может повлиять на стиль внешности, ценности потребителя, а так же мнение потребителя в зависимости от мнения окружающих.

При покупке товаров индустрии моды главные социальные мотивы – потребность в принадлежности к той или иной группе людей и потребность в признании, т.е. в статусе, уважении, престиже, власти. К потребности в признании близки такие социальные мотивы, как стремление к достижениям, деятельности. Социальные мотивы принадлежности и признания определяют ценовую политику марки. Эти социальные мотивы отражены в известной иерархии потребительских мотивов А. Маслоу, в которой мотивы делятся на физиологические, социальные и духовные. Приобретение статусных товаров – дорогой одежды известных марок, предметов роскоши – может быть мотивировано референтной группой. В этом случае мы имеем дело с престижным потреблением, когда одежда и аксессуары приобретаются, чтобы подчеркнуть высокое социальное положение, высокую должность или обладание властью. Приобретение статусных товаров может быть связано с созданием видимости желаемого положения. Статусные товары выделяют и отличают данную группу людей в обществе.

Массовые марки строят свои коммуникации с покупателями и политику продвижения на мотивах принадлежности и одобрения, определяемых желанием быть такими же, как и другие. В марочном предложении учитываются массовые предпочтения потребителей: стереотипы, ценности и потребности.

Стиль одежды отражает массовые тенденции моды и отличается демократическим характером, причем одежда может быть предназначена для отдыха, офиса, города. Ценовая политика массовых марок ориентирована на средний класс покупателей.

Примером массовых марок, удовлетворяющих мотив социального одобрения и принадлежности, являются отечественные марки «Ло» и «Кволл», предлагающие большой ассортимент качественной одежды для девушек и женщин – одежду стиля «casual». Модели этих марок разрабатываются дизайнером Султанной Французов ой. Стиль этой одежды вписывается в рамки международных сезонных тенденций и в то же время отличается своеобразием, «изюминкой». Фирма «Кволл» рассматривает подобный подход как наилучший для промышленного создания одежды. Продукция отличается высоким качеством пошива, тканей и материалов. Качество одежды обеспечивает ее длительное использование. Одежда рассчитана на средний класс и характеризуется выгодным соотношением цена/качество.

Мотив самореализации. Духовную потребность в творческой самореализации часто удовлетворяют дизайнерские марки, предпочитаемые людьми творческого склада. Стиль одежды таких марок отличается свободным характером и подчеркивает индивидуальность. Так, дизайнер Людмила Мезенцева до сих пор использовала слоган «Мы не делаем обычных вещей, потому что их и так много!» и призывы к самореализации. В настоящий момент рекламные обращения направлены на представление оригинальных трикотажных полотен в качестве объекта для творчества. Одежда ее коллекций рассчитана на творческих людей, она «будоражит фантазию и столь живописна, что представляет объект для дизайнера и творчества, свитер можно переделать в картину, подушку, чехол». Это, «одежда, с которой трудно расстаться, у которой длинная судьба». Стиль коллекций Елены Макашевой делает ставку на тонкие переживания души, эмоциональность, ценность личности. Внутреннюю эмоциональную жизнь позволяет передать динамичная и подвижная геометрия одежды и в целом пассивный цвет коллекций с редкими активными цветовыми акцентами. Оригинальная геометрия является одной из отличительных черт стиля Елены Макашевой и предполагает активное отношение к жизни.

Эмоциональные и рациональные мотивы. Потребности можно также разделить на эмоциональные и рациональные. Рациональным мотивом может быть качество товара. Качество внутренней обработки изделий и подгонка деталей таким образом, чтобы изделия могли составить удобный комплект, которые всегда подчеркиваются модельером Сергеем Сыроевым, удовлетворяют рациональные потребности. Принцип Елены Макашевой – «нет назначения», удобно носить в любом месте и в любое время – представляет рациональное преимущество. Эмоциональные мотивы универсальны и связаны со способностью испытывать эмоции. Приобретение и использование одежды и аксессуаров вызывают положительные эмоции и чувства – радость, чувство превосходства, удовлетворение от возможности выделиться или от подражания, чувство комфорта. В этом случае потребители получают эмоциональные преимущества и выгоды. Эмоциональные мотивы взаимосвязаны с социальными. Удовлетворение мотива признания может вызывать чувство гордости, а удовлетворение мотива принадлежности – психологический комфорт и радость. Для торговых марок «Ло» и «Кволл» эмоциональным преимуществом является удовлетворение мотива социального одобрения, рациональным преимуществом – практичность, высокое качество, отличные лекала, доступная цена.

Современность одежды можно также рассматривать как эмоциональное преимущество.

Эмоции и чувства воздействуют на поведение потребителя. Активизация эмоций способствует запоминанию нового товара и узнаванию товара, с которыми связаны позитивные воспоминания потребителя. При разработке рекламных образов их часто дополняют эмоциями, которые усиливают свойства и преимущества товара или просто улучшают восприятие образа, не имея при этом какого-либо отношения к товару и преимуществам его использования. В данном

случае эмоции необходимы для усиления коммуникаций с потребителями и создания индивидуальности торговой марки. Например, эмоцию силы или эмоцию агрессивности используют для драматизации рекламных образов. Любой человек нуждается в эмоциональных стимулах и рекламные образы могут удовлетворять эту потребность. В дальнейшем при использовании продукции эмоции, возникшие при контакте с рекламным образом торговой марки, оказывают влияние на отношение к товару. Эмоциональные рекламные образы коллекций Елены Макашевой подчеркивают основную идею стиля ее коллекций – драматизм эмоциональных переживаний – и влияют на взаимоотношения с покупателями. Торговые марки «Ло» и «Кволл» для общения со своими клиентками ввели образ «Кота Лоллипопа», который является своеобразным талисманом и «любит» всех клиенток. В переписке с фирмой девушки передают приветы этому персонажу. При создании марочного обращения необходимо учитывать, что мотивы могут иметь множественный характер. Например, потребность в творческой деятельности связана как с эмоциональными мотивами, так и с духовными.

Символические мотивы. Потребность в признании определяется социальными мотивами и относится к символическим потребностям. Символические потребности удовлетворяются товарами – символами успеха, власти, достижений, самооценки, личности. Одежда и аксессуары дизайнерских марок всегда удовлетворяют символические потребности, что может, сочетать, как с социальными мотивами в принадлежности и признании, так и с духовными мотивами. Продукция дизайнерских марок может также выделять людей по склонности к творческому восприятию и символизировать способность к творчеству. Одежда от Людмилы Мезенцевой представляет символ, притягивающий творческих людей – «люди, одетые в эту одежду, ощущают знаковую общность с себе подобными». В этом случае одежда представляет способ общения творческих людей, которые благодаря одежде узнают друг друга. Стиль Елены Макашевой также символизирует общность ее клиентов по признакам стремления акцентировать и драматизировать эмоциональные переживания и нежелания зависеть от навязываемых стереотипов окружающих.

Мотивы, вызванные ощущениями

Отдельную категорию мотивов образуют мотивы, связанные с восприятием товара на уровне ощущений. Одежда и аксессуары могут вызывать чувство комфорта благодаря составу материала, например, мягкости или шелковистости. Подобные преимущества, связанные с ощущениями, а также влияют на покупательское поведение. Сергей Сысоев свойства одежды своей марки связывает с поведением людей и отношением их к жизни. Мягкость и комфортность трикотажной одежды из его коллекций определяет позитивное отношение к жизни и людям. В этом случае чувство комфорта является самостоятельным преимуществом, которое сочетается с эмоциональным преимуществом – позитивными эмоциями. Эти преимущества гармонируют с образом женственной, уверенной в себе, слегка ироничной и способной на игру покупательницы.

Мотивы в марочном предложении. Покупательское поведение может определяться одновременно социальными, эмоциональными, символическими, чувственными, реже физиологическими мотивами. Марочное предложение может воздействовать на несколько мотивом. Творческую концепцию и образ марки целесообразно разрабатывать с использованием эмоциональных, символических и социальных мотивов. В этом случае в рекламных образах представляют стиль жизни и эмоциональные «вознаграждения» покупателя в ситуации использования товара. Торговые марки «Ло» и «Кволл» в своих каталогах представляют одежду в различных ситуациях: дома, на улицах города, на отдыхе. Эмоциональным вознаграждением в этом случае является возможность быть собой. Марочное предложение и образ торговой марки демонстрируют потребителям социальные, эмоциональные, символические и другие преимущества использования товара, формирующие индивидуальность марки.

Индивидуальность марки могут составлять уникальные свойства товара. Так, для торговой марки «Веретено» уникальные свойства товара – художественные свойства товара – художественные авторские трикотажные полотна, благодаря которым каждая вещь производит впечатление картины. В образе торговой марки и марочном обращении свойства товара могут сочетаться с преимуществами, например, эмоциональными. Для многих современных товаров и тор-

говых марок трудно выделить какие-либо уникальные свойства товара, отличающие их от аналогичных товаров других марок, которые можно было бы представить в марочном обращении. В этом случае приходят на помощь образы, построенные при использовании эмоциональных, символических и других преимуществ. Оригинальная творческая концепция и оригинальный образ и представляют уникальность торговой марки. Для товаров дизайнерских торговых марок, продукция которых характеризуется собственным уникальным стилем, образ торговой марки демонстрирует потребителям индивидуальность стиля и преимущества использования товара.

Символика в марочных обращениях

Еще один путь построения уникальных марочных обращений – создание рекламных образов и образов торговой марки в соответствии с убеждениями, стереотипами, ценностями потребителей. Подобный подход также улучшает восприятие образов и влияет на отношение и поведение покупателей. В этом случае в рекламные обращения включают общепринятые культурные, национальные символы и ценности. Особенность этих символов состоит в том, что они не представляют товар. Их роль заключается в улучшении коммуникативности рекламных обращений.

В некоторых случаях символы и ценности могут также нести содержательную нагрузку. Например, образ логотипа «Веретено» символичен по содержанию. Взятый из древнерусского обихода, он взаимосвязан с традициями и передает информацию о категории товара. Первая буква логотипа – перевернутый символ, обозначающий солнце в древнерусских календарях. Авангардный стиль соответствует необычному стилю дизайнерской одежды. При ориентации на творчество логотип можно рассматривать как тест на творческую смекалку и смысл названия прочитывается в контексте «веретено плетет нить судьбы наших вещей». Торговый зал фирменного магазина «Веретено» населен символическими персонажами: пионерами, ангелами, женщинами, мужчинами. Это своеобразная игра с покупателями, которая помогает им войти в мир, созданный дизайнером.

В коллекции Елены Макашевой «Конструкторское бюро Сикорского» отражены ностальгические образы 50-х годов, особенно привлекательные сегодня. Они же используются в рекламе коллекции, способствуя положительному восприятию и влиянию на покупательское поведение. Обращения к потребителям могут быть ориентированы на социальные проблемы, что преследует коммуникативные цели и представляет PR-акции, направленные на создание общественного имиджа торговой марки или компании.

Марочное предложение или обращение к потребителям включает уникальные свойства товара или преимущества его использования, соответствующие потребностям целевой группы. Творческая концепция, рекламные образы, образы символов торговой марки должны представлять и усиливать свойства и преимущества товара и могут включать социальные, национальные, культурные символы и ценности. Рекламные обращения могут быть направлены на социальные проблемы. Фирма «Кволл», например, на страницах каталогов ведет со своими клиентами разговор о ценностях цивилизации и тех ролях. Которые мы играем в нашей жизни. «В конце концов, путь, который ты выбираешь, - это путь твоего сердца. Ты сам строишь свою свободу или свою тюрьму. А пока мы живем в виртуальном мире, в обществе сочиненных и навязанных ролей, от них никто не откажется. Потому что такая игра. В нее играют все. Она и есть жизнь».

1.24. Разработка авторской коллекции.

Разработка концепции коллекции

Ключевыми условиями успеха марок одежды является точное соответствие запросам своих покупателей, четкое позиционирование марки и ее привлекательный имидж. Победителем на рынке обычно является бренд, наиболее точно позиционированный в сознании людей. При разработке дизайна мы в первую очередь определяем стили и категории товаров, которые пользуются особым спросом у производителя. Учитывая опыт продаж, мы формируем концепцию новой коллекции.

Процесс разработки обычно начинается с определения типа одежды, возрастной группы, ценовой категории и стилистики, на которую должны ориентироваться дизайнеры. Также мы учитываем и каналы сбыта произведенной продукции. Мы поможем реализовать любой дизайн

одежды, любые идеи, разработать сезонную коллекцию, отдельную линейку товаров или ограниченное количество эксклюзивных моделей.

С учетом ваших требований и пожеланий, профессиональные дизайнеры разработают эскизы моделей, художественный и технический, каждый из которых предоставляется заказчику в электронном виде. Также мы создаем дизайн декоративных элементов модели - принтов и вышивки, разрабатываем дизайн набивного рисунка на ткань. Каждый элемент декора создается в нескольких цветовых сочетаниях.

Прогнозирование моды.

На сегодняшний момент принципы работы всех тренд-бюро остались прежними, процесс прогнозирования будущих тенденций в основном состоит из трех этапов. Первый из них - это сбор и анализ информации о новых направлениях в моде и культуре по всему миру, именно поэтому все ведущие тренд-бюро имеют в штате тысячи агентов (trend-spotters, trend-hunters) в разных странах, которые изучают и анализируют социальные изменения, достижения науки, общаются с представителями субкультур, дизайнерами, художниками и культурологами. В принципе, это могут быть люди совершенно разных профессий, тенденции распространяются не только на одежду и текстиль, но и на промышленный дизайн, интерьер, мебель и архитектуру. Задача трендхантера - уловить начало развития чего-то нового в культуре, суметь выделить новый тренд, который имеет достаточный потенциал повлиять на будущую моду.



После составления тенденций, имеющих ярко выраженный характер, эти данные выносятся на обсуждение с остальными специалистами тренд-бюро, проводится коллективное обсуждение собранного материала (brainstorming) и выделение наиболее активных тенденций, выявляются причины возникновения того или иного тренда, анализируется их дальнейшее развитие.



В итоге, исследователи определяют 4-5 основных макро-тренда, которые и становятся ключевыми для будущего сезона. Для клиентов отчет о проделанной работе предоставляется в виде книг трендов (trend-book), которые содержат всю информацию об актуальных направлениях в одежде и аксессуарах будущего сезона. В трендбуках детально описывается каждая тема нового сезона: фотографии образов, формы и силуэты, палитры цветов, продемонстрированы фактуры и материалы, которые станут актуальны в будущем, приведены примеры текстиля, фурнитуры и пряжи. Трендбуки выпускаются отдельными изданиями: женская, мужская, детская и подростковая мода, которые в свою очередь могут быть представлены отдельно по стилям одежды: вязаная мода, бельевая одежда и пляжная мода, спортивная мода, аксессуары и т.д.

Для производителей одежды, в условиях жесткой конкуренции на рынке, точное знание модных тенденций будущего сезона является коммерчески необходимым фактором. Именно поэтому все больше российских компаний начинают пользоваться услугами подобных тренд-бюро. Возможность заглянуть в будущее, безусловно, стоит немалых денег, но успех актуальных коллекций способен окупить все затраты на разработку.

1.25. Коллекции Домов высокой моды. Проектирование коллекций

Коллекции Haute couture, Pret-a-porter (Ready-to-wear), Cruise (Resort). Организация модных показов.

Haute couture. В российской прессе и вообще в быту выражение «от кутюр» может означать что угодно, от коллекций известных дизайнеров *pret-a-porte* (сшитых по стандартным лекалам на продажу), пусть даже ограниченным тиражом, до блестящей одежды для домашних питомцев, сшитой на заказ. На самом деле, *Haute couture* — прерогатива только Франции. Вещь «от кутюр» может быть только в одном экземпляре, шьется она строго индивидуально и мастером, который имеет законное право называться *кутюрье*.

В Париже в 1968 году был основан Синдикат Высокой Моды, и только в этом городе проходят недели высокой моды. Постоянными членами этого Синдиката являются французские дома моды, и они должны отвечать определенным требованиям. Иностранные дома, даже такие, как Valentino, Elie Saab, Giorgio Armani, Maison Martin Margiela штаб-квартиры которых находятся за пределами Парижа, могут быть только членами-корреспондентами. Русский модельер В. Юдашкин - единственный из российских дизайнеров может по праву называться кутюрье, так как тоже входит в число членов-корреспондентов Синдиката. Есть также целый ряд модных Домов – приглашенных членов, которые могут со временем быть приняты в Палату. Коллекции *Haute couture* демонстрируются в Париже во время Недель высокой моды два раза в год.

Первым кутюрье во Франции, да и во всей Европе, в современном понимании слова стал Чарльз Фредерик Ворт, англичанин. Он в 1858 году открыл свой дом в Париже. Ворт первым стал использовать живых моделей для демонстрации одежды. До этого портные присылали заказчикам тряпичную куклу, одетую в так называемую демоверсию наряда. Именно этот человек стал «придумывать» моду, до этого ее диктовали сами аристократы своим портным. Своим успехом Чарльз Ворт во многом обязан покровительствующей ему императрице Евгении - это были времена возрождения монархии во Франции. За свои бальные платья Чарльз Ворт брал баснословные деньги, и, естественно, пользоваться его услугами могла только высшая аристократия. Примеру Ворта последовали другие, и к началу XX века в Париже уже было 20 Домов мод.

В 1913 году была подписана доверенность, запрещающая копирование моделей. В это же время швейное дело было объявлено самостоятельной профессией. Поначалу вся мода была «высокой». На изготовление одного платья могло уйти до 150 часов. Если для наряда требовались кружева или шитье, то за дело брались специальные ателье, чьи традиции насчитывали столетия. Так же дела обстоят и сегодня. Позволить себе сшить платье у кутюрье могли, как и сейчас, только очень богатые люди.

После второй мировой войны стремясь вернуть Парижу довоенный статус столицы от кутюр, Синдикат высокой моды в 1945-1946 годах проводит выездные показы. В показах участвовали известные дома мод, представившие коллекции одежды для каркасных кукол высотой 68,5 см, с гипсовыми головками работы Элианы Бонабель. В создании декораций принимали участие Кристиан Берар (1902-1949) и Жан Кокто.

После того как благодаря Диору стиль «*ню-лук*» завоевал весь мир, Париж вернул себе едва не утраченные позиции. К началу 1950-х годов примерно две трети моделей парижской высокой моды копировались производителями готового платья, причем не только во Франции, но и во всем мире. Парижский от кутюр возродился на фоне сокращения количества Домов моды: если в 1946 году в Париже насчитывалось 106 Домов, в 1952-м – 60, а в 1958-м – 36. В 1950-е и 1960-е годы, в «золотой век» высокой моды, сразу после окончания Второй мировой войны в Париже проходило до 100 показов высокой моды в сезон, а количество занятых в этом деле людей превышало 46 000 человек.

Количество домов моды всегда колеблется в зависимости от мировых кризисов, но в первой половине XX века их было больше всего, к его середине количество домов достигло своего пика, их было около 100, а затем оно начало стремительно снижаться. К 1967 году их осталось около 19, столько же их примерно и по сей день.

На количество домов высокой моды повлияла и демократизация общества. На заре становления высокой моды покупателями вещей «от кутюр» были аристократы, их образ жизни был

таков, что они не могли себе позволить покупать вещи в магазине готового платья. Затем, когда появились американские миллионеры, заработавшие состояние, например, в Силиконовой долине, количество заказов у кутюрье резко сократилось. Американцы не понимали, как можно на одежду потратить столько же денег, сколько стоит хороший спортивный автомобиль. В 1970-х годах, когда Ив Сен-Лоран ввел в моду *прет-а-порте*, многие вообще предсказывали скорый конец высокой моде. Но она выжила.

С появлением нефтяных магнатов позиции высокой моды сразу укрепились. Эти люди были в основном из ближневосточных стран, а там тяга к роскоши традиционна. Затем появились китайские и индийские богачи. Не последнее место в списке клиентов кутюрье занимают русские олигархи, вернее их женщины. Рассказывают о новой русской клиентке Dior, 17-летней дочери олигарха, купившей сразу 7 нарядов. В 2001 году в Синдикат входили Дома: Balmain, Chanel, Christian Dior, Christian Lacroix, Emanuel Ungaro, Givenchy, Hanae Mori, Jean Louis Scherrer, Jean-Paul Gaultier, Lecoanet Hemant, Louis Feraud, Thierry Mugler, Torrente, Yves Saint Laurent, Viktor & Rolf. Но в июльской неделе высокой моды 2010 г., которая продолжалась всего четыре дня, некоторые из них отказались от участия из-за финансовых проблем. Дело в том, что даже удачные продажи коллекций не могут покрыть всех издержек на их производство, подготовку и участие в неделе высокой моды. Эти затраты могут достигать 100—300 млн. евро. Только дома, имеющие успешную парфюмерную линию, такие, как Chanel, Christian Dior или Givenchy, могут позволить себе регулярно участвовать в показах. 70 % доходов этих компаний как раз приходится на долю парфюмерной продукции. Но старые дома не спешат отказываться от кутюрных коллекций: это давно стало хорошей рекламой остальной продукции брендов – коллекций прет-а-порте, аксессуаров и парфюмерии.

Кроме корифеев – Chanel, Christian Dior, Givenchy и Jean-Paul Gaultier — в парижской неделе высокой моды участвовали и кутюрье-новички — Bouchra Jarrar (Бухра Жаррар), Cliristophe Josse (Кристоф Жосс) и Alexis Mabille (Алексис Мабий), а также иностранцы члены-корреспонденты Синдиката Valentino, Martin Margiela (Мартин Маржела), Armani, Elie Saab. Показы по традиции проходили в самых красивых местах Парижа: в музее Родена, на Вандомской площади, в музее современного искусства — дворце Токио, театре Шайо. Сейчас на планете насчитывается не более 2000 человек, которые заказывают вещи «от кутюр». Количество постоянных клиентов кутюрье не превышает 200 человек. Сегодня общее количество людей, занятых в сфере «от кутюр», не превышает 4 500 человек. У «Шанель» имеется четыре собственных ателье, где работают более 120 человек, а Жан-Поль-Готье располагает 40 парами «маленьких рук», так называют их на профессиональном жаргоне.

Руководство французского Дома моды Givenchy приняло решение не создавать больше коллекций Haute Couture, поэтому компания не будет делать презентацию новой коллекции Высокой моды в январе 2013 года. Однако известно, что Рикардо Тиши по-прежнему будет создавать единичные платья для знаменитостей на такие мероприятия, как Бал института костюма, который, как обычно, состоится в мае в Нью-Йорке.

Модные Дома Alexis Mabille и Maison Martin Margiela, давние участники парижской Недели Высокой моды, стали полноправными марками haute couture: **19 Декабря 2012** об этом объявили представители синдиката Высокой моды и Французской Федерации Кутюра. Теперь подобных Домов стало четырнадцать — среди них есть и родоначальники жанра, как Christian Dior и Chanel, и достаточно молодой бренд Giambattista Valli. Кроме того, в рамках Недели собственные показы проводят приглашенные участники, как Giorgio Armani и Azzedine Alaïa, и еще одиннадцать дизайнеров, которые из сезона в сезон доказывают свое право носить звание кутюрье.

Basics. Базовая линия есть у многих марок, например, у Max Mara. Она выглядит более сдержанно и практично, по стилистике почти не отличается от основной линии, просто в ней представлены повседневные, универсальные вещи.

Cruise (Resort). Круизные коллекции относятся к разряду межсезонных. Их презентации проходят в мае-июле, а в конце осени они поступают в продажу. Они выпускаются для тех, кто зимой едет в теплые страны и не хочет брать с собой вещи прошлого сезона. Круизные коллекции

имеют меньше моделей и внешне напоминают летние – в них всегда есть купальники, вечерние и коктейльные платья, а также кардиганы и теплые вещи.

Not for sale. Во время показа дизайнеры иногда прибегают к использованию предметов одежды и аксессуаров, которые не предназначены для последующей продажи. Не исключено, что на золотые коньки, которые были продемонстрированы на показе Chanel в начале 2007 года, образовался бы лист ожидания, однако руководством компании было решено не пускать их в производство.

Pre-fall. Пре-коллекции – ещё один вид межсезонных коллекций. Они никогда не появляются на показах, представлены только в каталогах и поступают в продажу в июне, являясь предвкушением того, что будет в основной коллекции. Как правило, это самые практичные, самые нужные в повседневной жизни вещи. Однако бывают и исключения, когда в пре-коллекциях попадают трендовые вещи.

Pret-a-porter (*Ready-to-wear*). В то время как дорогая линия *Haute couture* поддерживает репутацию Дома, линия *pret-a-porter* приносит ему основной доход. Линии готовой одежды рассчитаны на более массового потребителя. Одежду *pret-a-porter* не подгоняют по фигуре, она продается в готовом виде, в соответствии со стандартной линейкой размеров. Но иногда по сложности эта одежда соперничает с высокой модой.

Благодаря техническому прогрессу в XIX веке появляются машины для кройки, шитья, вышивки, а также ткацкие станки, дающие возможность производить готовое платье. Первыми покупателями готовой одежды становятся мужчины, поскольку элементы мужского гардероба более подходили для массового производства, нежели изысканные женские платья. Постепенно в магазинах появились некоторые готовые элементы женского гардероба, не требующие тщательной примерки, такие как плащи и домашние платья. А к концу XIX столетия в Нью-Йорке не осталось ни одного универмага, в котором не было бы готового платья для мужчин, женщин и детей. Продавалось абсолютно всё – от нижнего белья до вечерних и повседневных платьев и пальто. В середине XIX века, когда Нью-Йорк стал самым крупным центром массового производства готовой одежды, Париж превращается в столицу от кутюр. Бытовало мнение, что все оригинальные идеи, которые легли в основу массового производства, были позаимствованы в парижских домах высокой моды.

После Второй мировой войны парижские кутюрье пересмотрели свое отношение к готовому платью и обратились к опыту американского производства. Первопроходцами стали Кристиан Диор и Жак Фат. В 1948 году они запустили линии готового платья, уверенные в том, что более демократичные версии от кутюр будут пользоваться спросом. И не ошиблись. Следующим шагом в развитии *pret-a-porter* стало освоение молодежного рынка. В конце XX века ситуация повторилась: в то время как высокая мода по-прежнему отстаивает свою элитарность, ведущие модельеры развивают линию *pret-a-porter*, стремясь расширить горизонты мира моды.

Модные показы. Подиумные показы модных коллекций стали весьма распространены в начале XX века и проводились в Домах высокой моды, дорогих универмагах и на престижных благотворительных мероприятиях в США и Европе. Благодаря демократизации моды при помощи индустрии, освоившей массовое производство модных товаров, и свободному распространению информации об актуальных модных тенденциях такие шоу превратились в сцену для модного представления. Это яркое зрелище способствовало рождению новых имен и марок, пользующихся спросом на протяжении XX столетия и в наши дни. Тяга к экспериментам с идентичностью, характерная для конца XX века, привела к тому, что модные дефиле стали многоплановым перформансом, не только рекламирующим модную продукцию, но и служащим проводником идей. Часто подиум рассматривают в качестве ритуального пространства, где визуально представлены основные действия существующего культурного конфликта в области определения женственности, который затем разрешается благодаря способности дизайнеров создавать элегантность и красоту, используя нетрадиционную смесь тканей, мужских и женских форм и аксессуаров.

Дефиле моды длится 10 минут, а готовится, чуть ли не полгода. Для зрителя дефиле начинается с пригласительного билета. Каких только не бывает экстравагантных «пригласишек»: подушка с меховой оторочкой, рукав, прозрачный пакетик с каким-то сыпучим материалом, фирменная подкова Hermes, садовая перчатка...

Чтобы подогреть ощущение чуда и сенсации, стилисты любят устраивать шоу не просто в салонах и специально оборудованных экспо, а в самых причудливых местах: на подножках старого паровоза, в вагоне метро, на бортике бассейна, среди цветов ботанического сада, на палубе корабля, прямо посреди прохожих на улице...

В помещениях, где переодеваются манекенщицы (back stage) как в «Алисе в стране чудес» – всё вверх ногами: кругом баночки с косметикой, расчески, шпильки, кабели проводки, всюду висят вешалки... Темп современных дефиле такой, что все действительно летит вверх тормашками. Это чтобы осложнить жизнь пиратам. Впрочем, это не может им помешать в век совершенной фотографии и интернета.

Перед показом облик манекенщицы часто меняется до неузнаваемости. Сама одежда часто трансформируется в зависимости от света, его интенсивности, направленности и цвета. Сейчас дизайнеры, разогревая эмоции публики и борясь с теми же пиратами, часто устраивают такие световые шоу, что рассмотреть ничего невозможно. Уровень эффектов сейчас таков, что черное платье в черной комнате можно как полностью спрятать, так и показать не хуже, чем на фоне солнечного неба.

Показ мод часто устраивается как спектакль, и сценариям нет числа, например: дефиле – шахматная партия, в котором манекенщицы в нарядах делают ходы по белым и черным клеткам подиума-доски (Frederic Molenac), дефиле-танец, дефиле-борьба и т.д. Иногда обыгрывается какая-то одна выразительная деталь. Например, манекенщицы ходят по мягкому крафту, оставляя сложный перфорированный узор своими каблуками (Martin Margiela). Один и тот же показ выглядит по-разному с разных точек зрения: с боков и с торца «языка».

В течении XX века менялась суть и стилистика показа. В салонах начала века девушки долго крутятся перед клиентками, спускаются по лестнице, демонстрируя, как наряд выглядит в разных ракурсах, снимают пальто и жакеты, выставляя напоказ подкладку и детали. В те времена модельеры явно не опасались плагиаторов и старались, чтобы потенциальные покупательницы лучше рассмотрели товар. В конце 50-х – начале 60-х годов манекенщицы выходили на подиум с табличками, на которых крупно выведен номер наряда, чтобы клиентки haute couture могли записать код приглянувшейся модели в свои блокнотики и потом, во время визита в ателье заказать её. В то время показы в первую очередь устраивались для завсегдатаев модных Домов. Индустрия *pret-a-porter* изменила правила игры. Сейчас дефиле устраивают скорее ради баеров, прессы и PR – шумихи, раскручивающей бренд. Манекенщицы начала прошлого века раскланивались и посылали воздушные поцелуи публике, а современные модели не делают ни одного лишнего движения. Когда модель доходит до конца подиума, она на секунду замирает перед фотографами, потом резко, как часовой у Мавзолея, поворачивает голову по направлению движения и лишь затем разворачивается всем корпусом, продолжая движение. Согласно программе показа, выставлены длинные ряды вешалок, на которых в определенном порядке висят вещи – на каждой указано имя манекенщицы и номер ее выхода. Все должно быть четко, чтобы в спешке переодеваний не нарушить логику демонстрации коллекции. Тут же можно увидеть основные композиционные приемы построения дефиле: круг, зигзаг и фриз. Последний – самый распространенный: модели просто скользят друг за другом по подиуму, как скульптуры на карнизе какого-нибудь здания. Показ по кругу впервые устроила Г. Шанель, возможно, этот прием ей подсказала арена цирка. Ну, а зигзаг – это сложное, ломаное движение по подиуму.

В финале дефиле – показ платья невесты и прощальный проход всех манекенщиц, задействованных в спектакле, и выход дизайнера (стилиста). Причем выход стилиста – это ещё одно крошечное шоу внутри дефиле. Все модельеры ведут себя по-разному. Вивьен Вествуд, например, подолгу и явно с удовольствием задерживается на «языке», раскланивается публике, приветствует каких-то знакомых, вступает в теплую и дружескую коммуникацию с залом. А кто-то

едва высовывает нос из-за кулис и сразу же прячется обратно, так толком и не показавшись публике. Одни спокойно дефилируют до конца подиума, а другие, как Антонио Маррас, выскакивают на минутку, как чертик из коробочки, и стремительно запрыгивает обратно за занавес, чтобы работать над следующей коллекцией и готовить следующее дефиле, возможно, ещё более зрелищное, чем предыдущее.

Мировой столицей модной индустрии принято считать Париж. Так и есть, романтическая столица Франции стала родиной для классической основы fashion-мира, создав крепкую платформу для его дальнейшего развития.

Недели мод — наиболее массовые и долгожданные демонстрации коллекций лучшими модельерами мира, которые задают новые тенденции моды будущего сезона. Помимо Парижа они проводятся в Нью-Йорке и Милане. Считается, что такая первая неделя мод прошла не во Франции, а в Америке еще в 1943 году и была организована не для баеров и ценителей модных новинок, а для прессы, поэтому и получила название The Press.

Америка была отрезана от Европы в годы Второй мировой войны, потому модницы были лишены привычных новостей о новинках сезонов мод. Это и послужило тому, что французская журналистка Элеонора Ламбер организовала «Неделю для прессы», чтобы показать обозревателям модных журналов лучшие коллекции американских дизайнеров. Успех был грандиозным. На страницах самого популярного публицистического издания в мире моды «Vogue» рядом с фотографиями французских модельеров появились фото с показов американских дизайнеров.

Сейчас Нью-Йоркская неделя мод носит название генерального спонсора Mercedes-Benz Fashion Week, в модных кругах более известная, как «7th on the Sixth», так как ежегодно проводится дважды в год на Шестой Авеню в Брайант-Парке рядом с центром американской индустрии Седьмой Авеню. Показы продолжаются до двенадцати часов в день и собирают до трехсот редакторов модных журналов, около ста дизайнеров, сотни моделей, фотографов и зрителей.

От остальных Нью-Йоркская неделя мод отличается тем, что показы мужской и женской линий одежды проводятся вместе, в ней не принимают участие начинающие дизайнеры, здесь балом правят уже довольно авторитетные модельеры. Королями считаются Кельвин Кляйн, Донна Каран и Ральф Лорен. Участие в показе стоит около 25 тысяч долларов, а общие растраты обходятся в пару миллионов долларов. Казалось бы, что это неразумные растраты, но на самом деле коллекция, представленная на NYFW позже приносит дому мод гораздо больше.

fashion-революция. Перемен, мы ждем перемен! (инфо февраль 2016)

Сначала об этом объявил Burberry, потом Vetements, а потом Tom Ford. И вроде бы Proenza Schouler, Giles, Matthew Williamson, Thakoon уже сделали то же самое. И Пол Смит только что объявил, что все сливает и сокращает. Эти объявления шли сразу за объявлениями об уходе очередного артистического директора.

Хочется одновременно процитировать Льва Николаевича Толстого — «Все смешалось в доме Облонских» — и Шекспира в переводе Михаила Лозинского — «Подгнило что-то в Датском государстве».

То, что все не может оставаться по-старому, было очевидно уже осенью 2016, когда начались повальные увольнения дизайнеров. Сейчас же к этому добавились изменения привычного фэшн-графика с показами сезонных **мужских коллекций в январе (следующая зима) и июне (следующая весна), а женских в феврале/марте (осень-зима) и сентябре/октябре (весна-лето) плюс две пре-коллекции между ними.** Соответственно, вещи из сезонных коллекций оказывались в магазинах в среднем через 5 месяцев.

Теперь мужские и женские коллекции будут показывать вместе дважды в год, уберут пре-коллекции и будут поставлять вещи в магазины сразу — «чтобы наши клиенты могли без ожидания получить понравившуюся вещь». Время этих двух показов у разных брендов разнится — Burberry говорит о феврале-сентябре, Tom Ford тоже назвал сентябрь, Vetements пока сказал о январе для весенней коллекции — и поставках в феврале, когда начинает теплеть. Детали нового расписания вообще довольно хаотичны, потому что решения принимаются и транслируются в реальном времени, и у тех, кто принимает эти решения, окончательной ясности еще тоже нет.

Что и как сработает, не понимает еще никто. Но тот, кто первым объявит, тот получит максимальный пиар-эффект, поэтому все торопятся, а разбираться с датами показов, сроками поставок и что с чем сливать и разделять, будут потом. Но суть в том, чтобы уменьшить количество коллекций, показов и время между выходом коллекции и ее доставкой в магазин.

Самое время разобраться, что происходит, потому что когда говорят «мы думаем о наших клиентах», это следует читать как «мы думаем о наших продажах и прибыли».

На прошлой неделе в Москву приезжал Фредерик Маль, создатель Editions de Parfums Frédéric Malle — человек, который всю свою жизнь провел в самом центре парижского люксового бизнеса. Мы разговаривали о той неразберихе, в которой оказалась современная мода, и он сказал: «Проблема моды в том, что современный ретейл превратился в дискаунт-ретейл. Свежие коллекции тут же оказываются в Instagram, каждый, кто хочет, может купить что-то такое у брендов high street fashion, и когда коллекции попадают в магазин, люди ждут распродажи — в результате все продается со скидкой 50%». Об этом же очень четко говорил в интервью американскому Vogue Гурам Гвасалия, CEO Vetements: «Коллекции, показанные в марте, попадают в магазины только в июле или, возможно, в сентябре или октябре. Американские ретейлеры начинают распродажи сразу после Дня благодарения. Таким образом, основные коллекции продают по полной цене в среднем восемь недель. В результате переноса основных коллекций с марта на январь вещи проведут на полках на четыре месяца больше». Надо сказать, что Гвасалия вообще говорит открыто, внятно и по делу, не прибегая к старомодной риторике «мы заботимся прежде всего об интересах наших клиентов».

Тут — суть всей свистопляски, поднявшейся внезапно в мире моды. Дизайнерским брендам нужно сломать сложившуюся практику ретейла, чтобы не терять прибыль и избежать угрозы разорения. В Европе рецессия, китайская экономика в 2015 году показала самый слабый рост за последние 25 лет — 6,9% ВВП, что происходит с нашей экономикой, мы видим — и только в Америке дела идут в гору. Но во всем западном мире новое поколение покупает все меньше люкса и предпочитает все больше тратить на путешествия и улучшение общего качества жизни. Идея, что можно производить все больше рекламы с Рианной, приглашать все больше членов семьи Кардашьян на показы, иметь все больше елейных статей в глянце — и таким образом заставлять людей все больше покупать — уже не работает.

То устройство фэшн-системы, которое мы имеем последние четверть века, тоже было не всегда. Оно начало складываться с появлением prêt-à-porter как такового — то есть с конца 60-х — начала 70-х. До этого в мире haute couture на показах журналистам не только не разрешалось фотографировать, но даже делать наброски. Знаменитая французская обозревательница моды Жани Саме вспоминает, как ее в 50-е, когда она только начинала, чуть не выгнали из зала на показе Givenchy, потому что увидели, что она что-то чертит в блокноте. Как коммуникация с прессой и клиентами изменится теперь?

Burberry вроде бы объявил, что покажет коллекцию журналистам и байерам за несколько недель до шоу — но с запретом на публикацию чего бы то ни было о ней. В современном мире, где информация распространяется мгновенно, все это выглядит такой невнятной попыткой вернуться туда, в блаженные 50-е. Как это развернется на практике, пока совершенно непонятно, но тенденция настораживающая. Открытость, доступность и свободное циркулирование информации — это признак того, что дела идут хорошо. И пока продажи росли, все забыли об угрозе копирования и, напротив, говорили, что, покупая сегодня Zara, клиенты думают о том, чтобы завтра купить настоящий люкс, и поэтому мы ничего не боимся.

Ясно пока только одно: индустрия моды оказывается в ситуации дилеммы. С одной стороны, перепроизводство, обесценивание уникальных дизайнерских идей, стимуляция показного потребления — все то, чем занималась мода последнее время — не могло не вызвать реакции. С другой — растворение гендерных границ, смешение сезонов тоже должно было произвести изменения. И вот они наступили.

Расчистить бизнес, остановить сумасшедшую карусель бесконечных коллекций и дать дизайнерам возможность набираться сил и идей между показами — это, вообще-то, хорошо. Контроль над информацией, какие-либо эмбарго (которые и так случались), плотные шторы на трейд-шоу и запрет на фотографии (которые уже были лет 7 назад) — это плохо.

Как будет очерчена новая конфигурация фэшн-бизнеса между этими полюсами — вот самое интересное. Стремление сделать люкс более люксовым и одновременно более доступным — то есть ограничить количество коллекций, выпускать конечное число предметов в каждой коллекции без возможности дозаказа (о чем как раз и говорил Гурам Гвасалия) и при этом поставлять вещи сразу в продажу, — это, по сути, довольно противоречивая стратегия.

Что мы увидим в магазине, придя туда на следующий день после шоу. Ведь соотношение подиумной и коммерческой частей коллекции всегда очень разнится даже от магазина к магазину, не то что от региона к региону. До сих пор оно определялось совместными усилиями байеров и бренда. Кто и как это будет решать в ситуации моментального старта продаж. И что будут делать классные маленькие люксовые бренды, так называемый «новый люкс», чей бизнес целиком и полностью зависит от собранных заказов на следующий сезон и от цепочки поставщиков.

Но если все сработает, возможно, это повлияет и на судьбу haute couture, которая выглядит очень печальной. Если prêt-à-porter будет моментально доступно онлайн и офлайн, то haute couture сможет наконец спокойно умереть. Или, напротив, перестать устраивать шоу и предложить своим клиентам возможность получать уникальный гардероб вне зависимости от сезонных коллекций — а не только бальные платья — и стать прибежищем настоящего элитизма. Те, у кого есть желание и возможности, смогут отгородить себя таким образом от мира Instagram и моментальных продаж, и, возможно, это станет механизмом расширения клиентской базы кутюра.

Но все-таки это очень захватывающе — наблюдать такие радикальные перемены: и нынешние, и те, которые еще, вне сомнения, последуют. Маятник сейчас может качнуться в любую сторону — и большей элитарности, и большего демократизма. Если кто-то из крупных фэшн-брендов вообще откажется от шоу и перейдет на систему сугубо профессиональных шоу-румов, это не станет сюрпризом. И если завтра какой-нибудь великий модный дом объявит, что больше не собирается нанимать артистического директора, а будет для каждой коллекции выбирать его в Instagram, там же транслировать показ и там же продавать вещи посредством лайков — мы тоже не удивимся. Мы готовы ко всему.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Выполнение лабораторных работ предусматривает выполнение графических работ: набросков, копий, фор-эскизов, рабочих эскизов и творческих работ на заданную тему. Тематика лабораторных работ в семестре тесно увязана с темой курсового проекта и способствует лучшему усвоению теоретического материала.

2 курс, 3 семестр

2.1. Практическая работа № 1

Тема: «Анализ тенденций современной моды».

Цель работы: изучить модный ассортимент женской одежды

Содержание:

1. Изучить модные тенденции
2. Систематизировать материал
3. Выполнить зарисовки модного ассортимента

Методические указания:

Работа с журналами мод, каталогами, видео материалами и т.п. Изучить современные направления в моде на осень-зиму предстоящего сезона и выполнить анализ. В рабочую тетрадь записать основные категории модных тенденций повседневной одежды в следующем порядке:

образные темы;

модная цветовая гамма;

ассортимент: пальто (ткань, силуэты, объемы, длина, пропорции, детали (рукава, воротник, застежка), цвет);

плащи (ткань, силуэты, объемы, длина, пропорции, детали (рукава, воротник, застежка, карманы), цвет);

куртки (ткань, силуэты, объемы, длина, пропорции, детали (рукава, воротник, застежка, карманы), цвет);

брюки/комбинезоны (ткань, силуэты, объемы, длина, пропорции, детали (рукава, воротник, застежка, карманы), цвет);

юбки (ткань, силуэты, объемы, длина, пропорции, детали (рукава, воротник, застежка, карманы), цвет);

джерпера (ткань, силуэты, объемы, длина, пропорции, детали (рукава, воротник, застежка, карманы), цвет);

блузы, рубашки (силуэты, объемы, длина, пропорции, детали (рукава, воротник, застежка, карманы), цвет);

платья/сарафаны (силуэты, объемы, длина, пропорции, детали (рукава, воротник, застежка, карманы), цвет);

На основе проведенного анализа выполнить рабочие эскизы моделей одежды в количестве 10 шт. формат А5, черно-белая графика +фактура

2.2. Практическая работа № 2

Тема: «Классификация одежды».

Цель работы: изучить ассортимент женской одежды

Содержание:

1. Изучить разновидности женского ассортимента
2. Выполнить ассортиментные ряды

Методические указания:

Работа с журналами мод, каталогами, видео материалами и т.п.

Выполнить ассортиментный ряд №1 изделий с различными типами покроя рукавов: втачной, рубашечный, реглан, полуреглан, реглан-погон, цельнокроеный - 10 шт. формат А5, черно-белая графика +фактура.

Выполнить ассортиментный ряд №2. Платье. Конструктивное и конструктивно-декоративное решение: детали, крой, виды отделки - 10 шт. формат А5, черно-белая графика +фактура.

2.3. Практическая работа № 3

Тема: «Разработка эскизов моделей в системе «семейство»».

Цель работы: Изучить принципы проектирования одежды в системе «семейство»

Содержание:

1. Ознакомиться с особенностями проектирования одежды в системе «семейство моделей»
2. Выбор ассортимента (по заданию преподавателя) легкой женской одежды или мужской
3. Разработка эскизов моделей

Методические указания:

При проектировании моделей в системе «семейство» композиция решается в зависимости от определенных требований. Единым для всех моделей «семейства» является конструктивная основа в рамках тенденций моды.

Разнообразие в моделях достигается за счет использования различных по расцветкам материалов, форме деталей, их расположения, отделке и др.

Проектирование одежды в данной художественной системе целесообразно как для массового производства, так и в условиях производства по индивидуальным заказам. И в том и в другом случае достигается фасонное разнообразие при сокращении общего времени на разработку конструкторско-технологической документации.

При выполнении работы необходимо разработать модели в системе «семейство» по ассортименту, заданному преподавателем. Модели располагаются на одном листе в виде многофигурной композиции. Это подчеркивает общий силуэтный вид и в тоже время разнообразие композиции.

Разработать эскизы женской верхней одежды под девизом «Северное лето» по мотивам костюмов коренных народов Дальнего Востока в системе «семейство» (летнее пальто, п/пальто, плащи, накидки, куртки и т.д.)

Контрольные вопросы к работе №3:

1. Основной принцип разработки моделей в системе «семейство».
2. Какой должна быть базовая конструкция
3. За счет чего достигается фасонное разнообразие.

2.4. Практическая работа № 4

Тема: «Разработка серии эскизов молодежной одежды в системе «комплект»».

Цель работы: изучить особенности проектирования одежды в системе «комплект»

Содержание:

3. Изучить особенности проектирования одежды в системе «комплект»
4. Изучить принципы сопряжения форм в комплекте
5. Выбрать творческий источник и ассортимент.
6. Разработать модели и выполнить эскизы.

Методические указания:

Современное моделирование костюма очень часто рекомендует разрабатывать одежду комплектно или в ансамбле.

Комплект – это полный набор одежды и предметов, дополняющих ее, отвечающий конкретному назначению и общему стилевому решению.

В отличие от ансамбля комплект – это разомкнутая система. Все детали комплекта: отдельные виды одежды и дополнения могут взаимозаменяться, создавая внутри системы различные варианты ношения костюма.

Согласование изделий в комплекте осуществляется по принципу пропорционального соотношения и пластического сопряжения форм.

В комплекте часто формы по геометрическим характеристикам сопрягаются либо в простых, либо в иррациональных отношениях: $1/2$, $1/3$, $2/3$, и т.д.

Формы частей комплекта сопрягаются по трем принципам:

- Простого примыкания формы;
- Взаимного пересечения форм друг с другом;
- Форм, расположенных на расстоянии друг от друга.

Простое примыкание возникает тогда, когда у края одного изделия начинается другое изделие. Взаимное пересечение наблюдается в комплектах, состоящих как минимум из трех изделий, когда верхнее изделие не полностью перекрывает два других изделия (юбка, блуза и жилет). Принцип взаимного пересечения форм отражает многослойность в одежде. Зависимость расположенных на расстоянии друг от друга форм лежит в основе соответствия форм обуви, головных уборов и дополнений форм одежды.

Принцип сопряженности форм влияет на степень открытости или замкнутости формы костюма в целом. Все вещи составляющие комплект равнозначны. Кроме формы и пропорций взаимосвязь в комплекте строится на ритме цвета, фактур материалов, линий, отделки и др.

В лабораторной работе студенты по заданию преподавателя определяются с назначением комплекта и конкретным творческим источником (стиль). На основе выбранного источника они разрабатывают 8-10 фор-эскизов моделей одежды. После анализа работ отбираются 6 лучших эскизов, в которых формы частей комплектов сопрягаются по трем принципам. Итоговые эскизы выполняются в цвете на листах формата А3, создавая двух-фигурную композицию.

Контрольные вопросы к работе №4:

1. Дать определение «комплекта».
2. Чем комплект отличается от ансамбля.
3. Согласование изделий в комплекте.
4. Принципы сопряжения форм частей комплекта.

2.5. Практическая работа № 5

Тема: «Разработка эскизов одежды в системе «ансамбль»».

Цель работы: Изучить принципы проектирования костюма в системе «ансамбль»

Содержание:

1. Изучить ассортимент нарядной одежды
2. Изучить требования к нарядной одежде
3. Выбрать творческий источник и назначение ансамбля одежды
4. Разработать фор-эскизы творческого источника
5. Разработать фор-эскизы костюма
6. Разработать эскиз ансамбля нарядной одежды.

Методические указания:

Ансамбль в костюме – это совокупность составляющих его предметов, решенных по определенному идейно-художественному замыслу. Другими словами, это продуманная связь одежды и дополнение, составляющих в целом костюм для определенного человека и конкретного использования, для выражения художественного образа. В ансамбле существует строгое подчинение одежды и дополнений.

В отличие от комплекта, ансамбль – это замкнутая система. Чаще всего ансамбль проектируется для нарядной одежды.

Нарядная одежда – предназначенная для торжественных случаев – коктейлей, праздников, театров и т.п. Изготавливают ее из особо эффектных материалов, она может быть неожиданных форм и фасонов. В нарядных изделиях часто преобладает романтический, классический и фантазийный стили.

Различают нарядную одежду для отдыха и для торжественных случаев. Выбор стиля и композиционных средств зависит от назначения нарядных ансамблей и от художественно-образного замысла. В подборе материала следует выделить главный ведущий принцип их организации:

- Контраст фактур или цвета;
- Контраст светлотных отношений;
- Комбинация контраста фактур, цвета, светлотных отношений

Для более полного раскрытия художественно-образного решения, для создания образной выразительности в ансамблях нарядной одежды используются украшения различных типов и направлений, играющие большую роль в целостном восприятии ансамбля. Все украшения можно подразделить на три типа: подвесные (цепи с подвесками, броши, брелоки, длинные висячие серьги), кольцеобразные (кольца, браслеты, обручи, гребни, шпильки, пряжки, кокарды, булавки) и динамические (ленты, шнуры, кисти, шарфы).

Задание: Разработать модели нарядных ансамблей и выполнить в цвете 3 формата А3 двухфигурных композиций по темам:

- ведущая роль конструктивного решения;
- ведущая роль декоративного оформления;
- с использованием украшений как композиционного центра ансамбля.

Контрольные вопросы к практической работе №5:

1. Понятие «ансамбль»
2. Особенности проектирования нарядной одежды
3. Требования к выбору материалов для нарядной одежды
4. Роль украшений в нарядном ансамбле
5. Композиционные приемы разработки нарядной одежды

2.6 Практическая работа №6

Тема: Авторские приемы оформления полотен.

Цель: Выявление, усиление декоративных свойств ткани-основы.

Содержание:

Разработать приемы оформления ткани-основы методом «продергивания».

Метод «продергивания» - позволяет использовать обе стороны ткани. Для выполнения задания используются различные техники и приемы: мережки, вышивка, проволока, металлическая нить, леска и т.п.

Задание: Разработать приемы оформления ткани-основы различными способами. Выполняется по 2 образца, размером 10x10 см. для каждого приема. Образцы оформляются, наклеиваются и подписываются на картоне формата А3.) Изучение пластических и декоративных возможностей рельефной поверхности, свойств тектоники полотна: гибкость, прочность, жесткость с учетом способов соединения и характеристик самого элемента.

2.7 Практическая работа №7

Цель: Выявление, усиление декоративных свойств ткани-основы.

Содержание:

Разработать приемы оформления ткани-основы различными методами:

- «стежка»;
- метод «наложения».

Рекомендации: «стежка» - ритм стежки: кубики, полосы, точки, фигурная стежка и т.п.). Для выполнения задания используются различные техники и приемы: 3 слоя (один из слоев – мех); Равноценные слои; Используются декоративные функции каждого слоя.

метод «наложения» до 5 слоев. Возможность просматривать слои; Использовать свойства полупрозрачной ткани, прокладывая между слоями декоративные элементы; Непрозрачные ткани: один из слоев можно надсечь (мех, твид).

Задание: Разработать приемы оформления ткани-основы различными методами. Выполняется по 2 образца, размером 10x10 см. для каждого метода. Образцы оформляются, наклеиваются и подписываются на картоне формата А3.) Изучение пластических и декоративных возможностей рельефной поверхности, свойств текстики полотна: гибкость, прочность, жесткость с учетом способов соединения и характеристик самого элемента.

2.8 Практическая работа №8

Тема: Разработка ассортиментных рядов нарядной одежды

Цель: изучить принципы разработки нарядной одежды.

Содержание: Разработка ассортиментных рядов нарядной одежды различного назначения (выход в театр, коктейль, торжественный ужин, презентация, свадьба.)

7. Изучить ассортимент нарядной одежды
8. Изучить требования к нарядной одежде
9. Выбрать творческий источник и назначение ансамбля одежды
10. Разработать фор-эскизы творческого источника
11. Разработать фор-эскизы костюма
12. Разработать эскиз ансамбля нарядной одежды.

Методические указания:

Ансамбль в костюме – это совокупность составляющих его предметов, решенных по определенному идейно-художественному замыслу. Другими словами, это продуманная связь одежды и дополнение, составляющих в целом костюм для определенного человека и конкретного использования, для выражения художественного образа. В ансамбле существует строгое подчинение одежды и дополнений.

В отличие от комплекта, ансамбль – это замкнутая система. Чаще всего ансамбль проектируется для нарядной одежды.

Нарядная одежда – предназначенная для торжественных случаев – коктейлей, праздников, театров и т.п. Изготавливают ее из особо эффектных материалов, она может быть неожиданных форм и фасонов. В нарядных изделиях часто преобладает романтический, классический и фантазийный стили.

Различают нарядную одежду для отдыха и для торжественных случаев. Выбор стиля и композиционных средств зависит от назначения нарядных ансамблей и от художественно-образного замысла. В подборе материала следует выделить главный ведущий принцип их организации:

- Контраст фактур или цвета;
- Контраст светлотных отношений;
- Комбинация контраста фактур, цвета, светлотных отношений

Для более полного раскрытия художественно-образного решения, для создания образной выразительности в ансамблях нарядной одежды используются украшения различных типов и направлений, играющие большую роль в целостном восприятии ансамбля. Все украшения можно подразделить на три типа: подвесные (цепи с подвесками, броши, брелоки, длинные висячие серьги), кольцеобразные (кольца, браслеты, обручи, гребни, шпильки, пряжки, кокарды, булавки) и динамические (ленты, шнуры, кисти, шарфы).

Задание: Разработать модели нарядных ансамблей и выполнить в цвете 3 формата А3 двух фигурных композиций по темам:

- ведущая роль конструктивного решения;

- ведущая роль декоративного оформления;
- с использованием украшений как композиционного центра ансамбля.

Контрольные вопросы к работе № 8:

6. Понятие «ансамбль»
7. Особенности проектирования нарядной одежды
8. Требования к выбору материалов для нарядной одежды
9. Роль украшений в нарядном ансамбле
10. Композиционные приемы разработки нарядной одежды

2 курс, 4 семестр

2.9 Практическое занятие №9

Тема: Разработка современной коллекции по прототипу.

Цель: Изучить принципы проектирования одежды в системе «коллекция».

Содержание: по предложенному преподавателем прототипу (фото модели современной одежды) разработать мини-коллекцию современной коллекции женской одежды.

Линейно-пятновая графика, 5 моделей. Высота эскизного ряда А4.

2.10 Практическое занятие №10

Тема: Разработка специальной одежды (униформы) в классическом стиле.

Цель: Ознакомиться с элементами фирменного стиля и особенностями проектирования униформы.

Содержание:

1. Выбор предприятия.
2. Характеристика фирменного стиля предприятия.
3. Определить категории работников.
4. Разработать эскизы униформы.

Методические указания:

1. По согласованию с преподавателем выбирается предприятие, для сотрудников которого будет разрабатываться униформа.

2. Дать краткую характеристику фирменного стиля предприятия, обусловленного видом бизнеса и философией фирмы.

3. Определить категории сотрудников предприятия и особенности их трудовой деятельности. Сформулировать требования, предъявляемые к униформе данного предприятия.

В настоящее время под униформой понимают специальную одежду для сотрудников различных организаций (фирм), объединенную общей идеей, а также сходными приемами конструктивно-композиционного и цветового решения модели. Основными требованиями к униформе являются: соответствие фирменному стилю предприятия, удобство в эксплуатации, эстетические характеристики.

Многочисленные зарубежные исследования показывают, что профессиональная одежда настраивает человека на работу, облегчая тем самым исполнение приписываемой роли (т.е. поведения которого от нас ожидают).

Для того чтобы иметь успех в выполнении своей профессиональной роли, нужно обязательно соответствовать этой роли внешне, обладать убедительным имиджем. Правильно создать профессиональный имидж, это, значит, оправдать те ожидания, которые другие ждут от Вашего внешнего облика. Образ человека на рабочем месте должен демонстрировать те качества, которые общество требует от представителей данной специальности. Главная задача имиджа – показать наряду с компетентностью Вашу готовность к общению, создать образ доброго советчика. Исследования показывают, что от одежды во многом зависит оценка привлекательности, компетентности и степени доверия.

Смешение стилей приводит к сложному и не всегда прогнозируемому образу особенно в специальной одежде. В таблице 2 представлены рекомендации по использованию стилей одежды в униформе некоторых профессий.

Таблица 2 - Использование стилей в униформе

Представители профессий	Рекомендуемые стили в униформе
политики, финансисты, юристы, администрация.	Классический стиль
сфера услуг, персонал магазинов.	Деловой стиль, Шанель, спортивный (все микростили), диффузный (спортивный + элементы другого стиля)
медицинские работники, воспитатели, гувернантки, няни (под форменную одежду)	Спортивный стиль
сфера искусства, шоу-бизнес, мода, культура.	Авангардный, фантазийный
воспитатели детских садов, няни, гувернантки.	Романтический стиль
экскурсоводы этнографических музеев, официантки ресторанов с национальной кухней.	Фольклорный стиль

Сегодня классикой считается не только двубортный, но и однобортный пиджак с застежкой под горло, как у Chanel. Возможны варианты: например, скроенный как джинсовая куртка жакет, средней длины платье и даже укороченные брюки. Но, вводя новые элементы кроя, модные детали и аксессуары, нельзя забывать, что деловой костюм - это статусная вещь. Поэтому, прежде всего он должен быть качественным и из хорошей ткани. В офис можно прийти и в костюме из тонкого трикотажа, и в платье, и в романтической блузке. Главное, чтобы в этой одежде вас воспринимали всерьез.

В современной деловой одежде допускаются: высокие каблуки, шали и палантины, юбки в складку и плиссированные юбки, платья, вещи из кожи и замши, романтические блузы, облегчающие водолазки, топы без рукавов, которые надеваются под пиджак. Не допускаются: колготки в сетку, босоножки, очень сильно открывающие ступни, и вообще обувь с украшениями, высокие каблуки в сочетании с короткими брюками (когда пятка не закрыта штаниной), украшения с крупными драгоценными камнями, маленькие сумочки на золотой цепочке, толстые свитера с горлом и без, очень короткие юбки, леопардовые и тигровые расцветки, вечерние наряды с голой спиной.

4. Разработать 10 эскизов униформы для различных категорий сотрудников данного предприятия. Формат А4, в цвете.

Контрольные вопросы к работе № 10

1. Какие требования к проектированию униформы?
2. Какие рекомендуются стили для униформы?

2.11 Практическая работа №11

Ассортиментный поиск по теме курсового проекта. Выполнение рабочих и творческих эскизов разного формата.

3,4 курсы

Во время практических занятий выполняется графическая часть курсового проекта, проводятся исследования источника творчества. Выполняется контроль выполнения курсового проекта.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ

3.1. Общее положение

Курсовой проект по курсу «Проектирование в дизайне костюма» выполняется студентами направления подготовки 54.03.01 – «дизайн костюма» в 3 - 7 семестрах.

Проект представляет собой законченную разработку (исполнение), в которой систематизируются, закрепляются и расширяются полученные во время теоретического и практического обучения знания и умения по общепрофессиональным и специальным дисциплинам, а также дисциплинам специализации. Курсовое проектирование дает возможность систематизации и обобщения знаний, полученных в процессе обучения, синтеза этих знаний и творческого применения их к решению практических дизайнерских задач. Успешное использование этих возможностей во многом определяется степенью творческой активности, осмысленности и самостоятельности работы студента.

Поэтому предполагается специальная художественная и теоретическая подготовка студентов к моменту выполнения проекта, в котором предусматривается разработка моделей одежды в различных системах проектирования. Творческое решение темы по созданию коллекции одежды базируется на определенной художественно-образной направленности всей курсовой работы.

Процесс создания новой вещи можно представить в виде следующей схемы: предпроектная ситуация – проектирование – производство – потребление.

Предпроектный анализ предполагает, прежде всего, изучение спроса, определение модных тенденций, так как исходный пункт дизайнерской деятельности – потребности человека и общества. Всесторонний учет общественных потребностей в новых вещах и тенденции в развитии моды на них взаимосвязаны. Изучая структуру и характер деятельности человека или социальной группы, предметную среду обитания человека, условия его жизни, можно определить перспективы развития потребностей общества.

Источником информации о будущих модных тенденциях, несомненно, являются специализированные журналы, веб-сайты, а также показы коллекций тех дизайнеров одежды, которых считают авангардистами в моде.

Предпроектным является также технологический анализ: исследование материалов и возможных способов изготовления будущего изделия. Дизайнер порой, проектируя совершенно новое изделие с какими-либо необычными функциями, побуждает технологов к поиску новых способов обработки, новых технологических процессов.

На основе проведенного анализа вырабатывается творческая концепция, то есть основная идея, смысловая направленность целей, задач и средств проектирования. Упорядочение проектных сведений, отобранных при дизайнерском анализе, и соединение их в единое целое приводит к возникновению проектного образа. При определении концепции и выработке проектного образа происходит учет таких факторов формообразования, как:

- *функциональные* (соответствие будущего изделия основному назначению),
- *эргономические* (соотношение изделия с человеком, обеспечение оптимального комфорта),
- *технические* (выбор материалов, конструктивного решения, технологического цикла).

С выработки творческой концепции проектирования и определения проектного образа начинается основная стадия проектирования – создание нового образца одежды с заданными свойствами.

3.2. Цель и задачи курсового проектирования

Основной целью курсового проектирования является развитие навыков самостоятельного творческого и оригинального решения коллекции моделей одежды, используя методы творческого проектирования.

Задачами курсового проекта являются:

- решение конкретных задач по созданию моделей одежды различного ассортимента;

- грамотное использование изученных приемов графического изображения костюма на фигуре человека;
- умение проводить анализ композиционного решения исторического и современного костюма;
- правильно использовать свойства текстильных материалов для решения проектных задач;
- ориентироваться в тенденциях современной моды.

3.3. Тематика курсового проекта

В курсе «Проектирование в дизайне костюма» запланировано выполнение курсового проекта в 3,4,5,6,7 семестрах. Тематика курсового проекта зависит от общего направления занятий в семестрах.

Примерная тематика курсового проекта по семестрам:

3 семестр – Разработка и изготовление нарядной одежды.

4 семестр – Разработка коллекции женской одежды определенного стиля.

5 семестр – Разработка коллекции современной одежды по мотивам исторического (этнического, военно-исторического) костюма.

6 семестр – Разработка авангардной коллекции по мотивам произведений искусства.

7 семестр – Разработка коллекции женской одежды с использованием фактурных тканей.

3.4. Содержание курсового проекта

Курсовой проект состоит из пояснительной записки и графической части. Объем графической части в каждом семестре различен.

3.4.1. Структура пояснительной записки

Все части пояснительной записки должны логически раскрывать содержание курсового проекта и включаться в следующей последовательности:

Титульный лист (Приложение 1);

Задание к курсовому проектированию (Приложение 2);

РЕФЕРАТ

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Анализ источника творчества

1.2. Модные тенденции

1.3. Обзор современных коллекций по образной теме

2. ПРОЕКТНО_КОМПОЗИЦИОННЫЙ РАЗДЕЛ

2.1. Концепция проекта (Характеристика образной темы)

2.2. Обоснование выбора материалов (5-7 семестры)

2.3. Композиционный анализ коллекции

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЕ

3.4.2. График выполнения курсового проекта

№	Раздел курсового проекта	Сроки выполнения, недели
1	Введение	1 - 2
2	Исследовательский раздел Анализ источника творчества	1 - 4
3	Модные тенденции, Обзор современных коллекций по образной теме	5 - 6
4	Проектно-композиционный раздел Концепция проекта	7 – 8
5	Выбор материалов	8 - 9
6	Графический раздел Ассортиментные ряды	10 - 12
7	Поиск цветовой гаммы	13
8	Композиционный анализ коллекции	14 – 15
9	Планшет	15 – 17
10	Заключение, Список использованных источников	17
11	Оформление пояснительной записки	16 – 17
	Защита КП	18

3.5 Методические указания по выполнению пояснительной записки

3.5.1. Введение

Пояснительная записка начинается с ВВЕДЕНИЯ (1-2 стр.) в котором кратко излагается цель проекта, подход к раскрытию заданной темы, основные направления совершенствования процесса художественного проектирования костюма, актуальность, новизна и практическая значимость работы.

3.5.1 Исследовательский раздел

Анализ источника творчества. В соответствии с темой курсового проекта и заданием на проектирование по литературным источникам, журналам мод, каталогам музеев, выставок следует провести анализ источника творчества, обращая внимание на силуэтные линии и форму, образное решение, конструкцию, применяемые материалы, характер оформления и т.п. Текст должен сопровождаться иллюстрациями (зарисовками, копиями, фотографиями, схемами), которые включаются по мере необходимости по ходу текста. Содержание и количество иллюстраций определяются главным консультантом (руководителем).

Исследовательский раздел может также представлять собой рассмотрение и анализ:

- современных технологий формообразования;
- особенностей и проблем инженерно-технического и информационного обеспечения дизайн-проектирования костюма;
- социально-художественных аспектов дизайн-проектирования.

Исследование по теме заканчивается резюме, в котором в краткой форме должны быть изложены основные результаты и выводы.

Модные тенденции. Анализ направлений моды выполняется на основе рекомендаций ведущих отечественных и зарубежных моделирующих организаций. Подраздел содержит информацию о перспективных направлениях моды по образным темам, стилям, а так же особенности колористического решения, конструирования, структур современных материалов и технологий, подтверждаемые иллюстрациями. Обзор производится с учетом сезонности и ассортимента изделий, входящих в проектируемую коллекцию (серию).

Обзор современных коллекций. В данном подразделе приводятся примеры использования идентичного (схожего) источника творчества в современных коллекциях европейских и российских дизайнеров, подтверждая актуальность выбранного прототипа для разработки дипломной коллекции. Обязательно указывается автор коллекции и год ее выпуска.

3.5.3. Проектно-композиционный раздел

Эта часть представляет аналитическое осмысление творческой части курсового проекта: в нем раскрываются образный замысел коллекции, ее специфика; связь найденного решения с современными направлениями моды, с проблемами дизайна; дается краткий анализ цветового и графического замысла; выполняется композиционный анализ проектируемой коллекции.

Характеристика образной темы. Представление образной темы проектируемой коллекции заключается в описании художественно-образных решений моделей и коллекции в целом. Источниками вдохновения для проектировщика одежды часто бывают различные виды изобразительного искусства и архитектура, музыка, театр, хореография, природа, а также костюмы народов мира различных исторических эпох.

Изучение источника творчества в целях его дальнейшей трансформации в новые формы модной одежды имеет определенные этапы: сначала объект исследуется визуально, зарисовывается, затем выделяется какой-либо характерный его признак и принимается за основу работы над эскизами костюмных форм, в которых важно сохранить образную ассоциативную связь с первоисточником.

Каждый источник обладает только ему присущими признаками, которые могут натолкнуть художника на творческое решение. В природных объектах и архитектурных сооружениях дизайнер видит красоту пластики линий и пропорциональность элементов форм; в музыке и танце – ритм и эмоциональную экспрессию; в народном и историческом костюме – красочность, декоративность и т.п.

Художник, занимающийся созданием современной одежды и модного направления, не должен в своей деятельности копировать формы источника творчества. Его задачей является достижение выразительности и образности путем трансформации источника творчества посредством ассоциативного мышления.

При описании обязательно указать творческий источник и его влияние на формирование художественного образа проектируемой коллекции.

Художественный образ в композиции костюма – гармоничное единство образа человека и костюма в определенной среде. Современные дизайнеры в коллекциях демонстрируют великое множество образных решений. Исключительная образность достигается целым комплексом средств: одеждой, обувью, головными уборами, сумками, прическами, париками, макияжем, очками, украшениями и прочими дополнениями. Главное в создании образа – новизна и выразительность.

Обоснование выбора материалов. В данном подразделе дается характеристика основных и вспомогательных материалов, которые используются при изготовлении коллекции. Здесь представляются художественные особенности тканей: пластика, цвет, структура. Дается обоснование выбора тканей с учетом формообразующих способностей, а так же требований конструкторских и технологических особенностей, эксплуатационных свойств.

Выбор нетрадиционных материалов для авангардных коллекций обосновывается в связи с тектоническими свойствами формы разрабатываемых изделий.

Композиционный анализ коллекции. Разработка коллекции начинается со схематических набросков, в которых ведется поиск членений внутри формы и поиск пластики нового художественного образа. В этом заключается авторская переработка творческого источника. Идея коллекции развивается в рабочих эскизах. Затем по согласованию с руководителем проекта выбираются эскизы базовых моделей коллекции для их дальнейшей проработки и представления на планшетах.

Опираясь на изучение специальной литературы по проектированию костюма и законам композиции, используя выводы, полученные в исследовательском разделе по прогнозированию

и выявлению базовых форм, обосновать и грамотно решить в едином образном и техническом ключе проектируемую коллекцию.

Текстовая часть подраздела представляет собой словесное осмысление визуальных образов, описание творческого метода построения коллекции, смысла и символики коллекции. Необходимо обосновать выбранные композиционные решения, охарактеризовать основные свойства разработанной коллекции моделей. В этом разделе помещается эскиз коллекции.

Композиционный анализ коллекции начинается с характеристики коллекции, определения ее типа и назначения. Затем необходимо описать свойства и средства композиции, которые были использованы при разработке коллекции. При этом рекомендуется рассматривать коллекцию, как единое целое, а каждую модель как составляющий элемент, сравнивая их между собой и сопоставляя с образом в целом.

Основными средствами объединения моделей в коллекцию или частей коллекции - блоков между собой являются: отношения - пропорции, симметрия и асимметрия, виды ритмики в костюме, масса формы и ее составных частей, цвет и фактура материалов.

Связь форм костюмов (комплектов, ансамблей) в коллекцию осуществляется на основе тождества, нюанса или контраста первичных элементов формы. Избежать однообразия и монотонности можно, применяя одновременно два вида связи (Например, тождество в цвете, контраст в форме, и наоборот).

Если коллекция имеет блоковое членение, то нужно каждый блок рассматривать в отдельности и затем определить характер связи этих блоков между собой. Блоковое решение, как правило, применяется в коллекциях состоящих из большого количества моделей (более 5 моделей). В мини-коллекциях (3-5 моделей) блоки визуально трудно угадываются, создавая дробность в цельном образе коллекции.

Рассматривая модели коллекции необходимо дать им буквенное обозначение и в ходе анализа делать ссылки на них (модель А, модель Б и т.д.).

Указывая системы, используемые при разработке коллекции («комплект», «семейство», «ансамбль») необходимо дать характеристику системы и признаки ее присутствия в данной коллекции.

Давая описание силуэтов, объемов, линий, цвета и факторы указать на каких отношениях строятся связи между моделями (тождество, нюанс, контраст).

При характеристике цвета указать гармонические связи, обосновать выбор цветового решения и его психологическое воздействие на человека. В варианте ахроматического решения коллекции (черный и белый) определить светлотные отношения.

Определить какой вид симметрии используется в конструктивном и декоративном решении моделей. В случаях применения асимметрии обосновать ее использование и указать элементы, уравнивающие систему.

Все композиционные элементы создают определенный ритм и динамику каждой модели и коллекции в целом. Необходимо указать какой ритмический порядок наблюдается в разработанных моделях, вид ритма, а также элементы, создающие динамичность и обосновать ее применение.

О композиционном центре коллекции (ведущей модели) написать в конце анализа и указать признаки его определения.

В 7 семестре проведение композиционного анализа сопровождается графическими схемами такими как:

- распределение масс в коллекции;
- структура геометрической формы;
- пропорционирование элементов формы;
- движение цветовых пятен в рядовой композиции;
- пластическая сопряженность линий ансамблей;
- ритм декора в моделях;
- пропорциональные отношения в коллекции.

3.5.4. Содержание графической части

Художественно-графическая часть курсового проекта состоит из:

- графически - иллюстрированной части пояснительной записки,
- серии творческих эскизов-идей по теме,
- ассортиментных рядов,
- чистовой лист коллекции (серии) в цвете,
- завершенной планшетной композиции или рекламно - информационного плаката.

Итогом изучения творческого первоисточника является выполнение копий исторического костюма, графического изображения произведений декоративно-прикладного искусства и т.п., основой изучения которых явилась идея (замысел), творческая основа последующей работы. Техника исполнения - графическая (черно-белая графика плюс один цвет), линейно-пятновое решение. Изобразительные средства: карандаш, кисть, перо, краски (акварель, гуашь), тушь.

Графическая разработка эскизов - идей (50 эскизов) выполняется на рисовальной бумаге формата А4 или А5 в линейно-пятновой технике. Эскизы должны быть взаимосвязаны между собой и представлять своеобразную серию. В различных вариантах komponуются элементы, формы, идут поиски пропорциональных отношений формы в целом и ее частей, выделяется центр композиции и второстепенные элементы, находится их взаимосвязь, ритмическая организация и т.д.

Изобразительные средства: карандаш, кисть, фломастеры, перо, чернила, тушь, пастель, бумага цветная, краски (акварель, гуашь).

Выполнению завершенной композиции предшествует разработка фор-эскизов, в которых отрабатывается расположение предметов в листе и между собой, цветовое решение, техника исполнения, используемый тон фона.

По одному из наиболее выразительных фор-эскизов, интересно решенному композиционно пластически и отражающему тему, выполняется завершенная (чистовая) планшетная композиция. Завершенная композиция – многофигурная (5-7) с обязательным включением моделей проработанных в материале. Трактовка такой композиции (в цветной графике) может быть различной: линейно-пятновой, с фоном, отражающим условную среду или без него, а также иметь пояснительный или рекламный текст.

Изобразительные средства: карандаш, кисть, фломастеры, перо, чернила, тушь, пастель, бумага цветная, краски (акварель, гуашь).

Выполнению завершенной композиции предшествует разработка фор-эскизов, в которых отрабатывается расположение предметов в листе и между собой, цветовое решение, техника исполнения, используемый тон фона.

По одному из наиболее выразительных фор-эскизов, интересно решенному композиционно пластически и отражающему тему, выполняется завершенная (чистовая) планшетная композиция. Завершенная композиция – многофигурная (5-7) с обязательным включением моделей проработанных в материале. Трактовка такой композиции (в цветной графике) может быть различной: линейно-пятновой, с фоном, отражающим условную среду или без него, а также иметь пояснительный или рекламный текст.

Материал - бумага (рисовальная, чертежная) или картон.

Размер планшета - 720x520 (А1, лист ватмана в размер подрамника).

Количество – 1-3

Планшетная композиция должна иметь в своем составе рекламно-информационный плакат, который может быть составной частью композиции или иметь самостоятельное значение.

Плакат - реклама проектируемой коллекции, содержит информационные моменты (плакат и рисунок). Изображения на плакате должны быть лаконичны по силуэту, проработке деталей и элементов, передаче цвета, соответствие шрифта названию коллекции.

Плакат-реклама проектируемой коллекции содержит информационные моменты (текст и рисунок). Изображения на плакате должны быть лаконичны по силуэту, проработке деталей и элементов, цветового главного элемента.

Техника исполнения - графическая с использованием разных приемов изобразительной выразительности: трафарет, коллаж, монотипия, аппликация и т.д. Материал - бумага рисовальная или картон.

Размер планшета - 720x520 (А1, лист ватмана в размер подрамника).

3.5.5. Заключение

Заключение излагают в краткой и ясной форме. Представляются основные результаты проделанной работы, и определяется возможность реализации проекта в целом и конкретно каждой разработанной модели в отдельности.

Заключение должно содержать современные тенденции в решении выбранной темы, выявленные в результате проведенных исследований. В данном разделе излагается кратко дизайн-концепция – основа композиционной структуры проектируемой коллекции.

Отмечается актуальность, новизна и практическая значимость проекта.

4.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Методические указания позволяют студентам оптимально организовать процесс изучения дисциплины. Учебный процесс реализуется в ходе выполнения таких видов учебной работы как: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Самостоятельная работа студентов включает освоение теоретического материала, выполнение индивидуальных заданий, подготовку к зачетам и экзаменам. Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Проектирование» включает работу с учебной литературой, выполнение предварительных эскизов и проработка графического оформления работ задания, а также проработка технологических приемов обработки и завершение изготовления моделей одежды. Самостоятельная работа студентов по дисциплине включает работу с учебной литературой, подготовку к занятиям (сбор и обработка материала по предварительно поставленной проблеме).

При выдаче заданий на самостоятельную работу используется дифференцированный подход к студентам. Перед выполнением студентами самостоятельной внеаудиторной работы преподаватель проводит инструктаж по выполнению задания, который включает: цель задания, его содержание, сроки выполнения, объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. В процессе инструктажа преподаватель предупреждает о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания. Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Формой промежуточного контроля знаний студентов по данной дисциплине является экзамен. К экзамену допускаются студенты, имеющие конспекты лекций по всем темам, выполнившие творческие задания. В конце каждого семестра проводится комплексный просмотр по специальным дисциплинам, на котором проставляются зачеты или оценки по представленным творческим работам.

Эти методические рекомендации раскрывают рекомендуемый режим и характер различных видов учебной работы с учетом специфики очной формы обучения.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой ВУЗа, где они имеют возможность получить доступ к учебно-методическим материалам библиотеки ВУЗа. В свою очередь студенты могут взять на дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки, а также воспользоваться читальными залами вуза.

5 РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Санатова С. В. Проектирование костюма: ассортимент и стили в женской одежде [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. В. Санатова, М. И. Волчкова, З. И. Кукушкина ; АмГУ, ФДиТ. - Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2009. - 174 с. - Б. ц.
http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/6561.pdf
2. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 264 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10561.html>. — ЭБС «IPRbooks»
3. Мамина Р.И. Деловой этикет в системе имиджа [Электронный ресурс]: философско-культурологический анализ/ Р.И. Мамина— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Петрополис, 2012.— 232 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20314.html>. — ЭБС «IPRbooks»
4. Еремина Т.А. Визуальная психодиагностика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Еремина Т.А.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2010.— 171 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1136>. — ЭБС «IPRbooks» Лицензия: весь срок охраны авторского права
5. Серов Н.В. Лечение цветом. Архетип и фигура [Электронный ресурс]: монография/ Н.В. Серов— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2013.— 134 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13204.html>. — ЭБС «IPRbooks»
6. Свендсен Ларс Философия моды [Электронный ресурс]/ Свендсен Ларс— Электрон. текстовые данные.— М.: Прогресс-Традиция, 2007.— 256 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21516>. — ЭБС «IPRbooks» Лицензия: весь срок охраны авторского права
7. Азиева Е.В. Зрительные иллюзии в дизайне костюма [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Азиева Е.В., Филатова Е.В.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный институт сервиса, 2014.— 109 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/32785>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
8. Санатова С.В. Стилистика: лаб. практикум по спец. 070601 – "Дизайн" ("Дизайн костюма")/ С. В. Санатова; АмГУ, ФПИ. – Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2008. –38 с.
9. Васильев А. Я сегодня в моде... [Электронный ресурс]: 100 ответов на вопросы о моде и о себе/ А. Васильев— Электрон. текстовые данные.— М.: Этерна, 2011.— 360 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/45987.html>. — ЭБС «IPRbooks»
10. Старовойтова А.А. Особенности технологий оказания услуг в индустрии моды [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Старовойтова А.А., Андросова Г.М., Бодрякова Л.Н.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный институт сервиса, 2012.— 162 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12720>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю Лицензия: весь срок охраны авторского права

нормативные документы

Стандарт организации. Оформление выпускных квалификационных и курсовых работ (проектов) [Электронный ресурс] / АмГУ; разработ. Л. А. Проказина, Н. А. Чалкина, С. Г. Самохвалова. - Введ. с 05.04.2018. - Благовещенск: [б. и.], 2018. - 75 с. - http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/9702.pdf

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет дизайна и технологии
Кафедра дизайна
Направление подготовки 54.03.01 – дизайн, направленность (профиль) программы
«Дизайн костюма»

КУРСОВАЯ РАБОТА

на тему: Разработка программного обеспечения непрерывных систем управления
по дисциплине: «Проектирование в дизайне костюма»

Исполнитель студент группы 684065	_____	Е.А. Петрова
	(подпись, дата)	
Руководитель доцент	_____	С.Г. Иванов
	(подпись, дата)	
Нормоконтроль	_____	Л.В. Сидоров
	(подпись, дата)	

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет _____

Кафедра _____

УТВЕРЖДАЮ
Зав.кафедрой

_____ И.О.Фамилия
подпись « _____ » 201_ г.

З А Д А Н И Е

К курсовой работе (курсовому проекту) студента

1. Тема курсовой работы(проекта): _____

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) _____

3. Исходные данные к курсовой работе (проекту): _____

4. Содержание курсовой работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов):

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) _____

6 Дата выдачи задания _____

Руководитель курсовой работы (проекта) _____

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): _____

(подпись студента)

Санатова Светлана Виленовна,
доцент кафедры дизайна АмГУ, член Союза дизайнеров России

Проектирование в дизайне костюма: сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) образовательной программы: «Дизайн костюма» – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017, 79 с.

Усл. печ. л. 4,6.