

Некоммерческое акционерное общество

Рудненский индустриальный институт

Кафедра строительства и строительного материаловедения

ЛЕКЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС

по дисциплине

«Дизайн и проектирование изделий легкой промышленности»
для студентов образовательной программы
«Технология и конструирование изделий легкой промышленности»
для всех форм обучения

Составила О.Ю.Кадникова
Утверждены на заседании кафедры
Протокол № 17 от 26.04.22
Зав. кафедрой О.А.Мирюк

Рудный 2022

СОДЕРЖАНИЕ

МОДУЛЬ 1.		3
Лекция №1	Художественное проектирование – основа дизайна	3
Лекция №2	Методы художественного проектирования. Комбинаторный метод формообразования. Трансформация. Кинетизм	4
Лекция №3	Метод модульного проектирования. Метод деконструкции при конструировании одежды.	7
Лекция №4	Разработка художественной идеи объекта дизайн на основе метода фокальных объектов	9
Лекция №5	Образное мышление, творческая проработка проектного решения изделий.	13
МОДУЛЬ 2.		15
Лекция №6	Теоретические основы композиции изделий легкой промышленности	15
Лекция №7	Компоненты (приемы) и средства композиции	20
Лекция №8	Законы, закономерности и принципы композиционного оформления изделий легкой промышленности	22
МОДУЛЬ 3.		26
Лекция №9	Методы проектирования одежды	26
Лекция №10	Роль иллюзий в композиционном и конструктивном решений моделей	31
Лекция №11	Методы творчества, применяемых при проектировании объектов дизайна при конструировании одежды	32
Лекция №12	Разработка художественной идеи объекта дизайна на основе метода гирлянд случайностей и ассоциаций при конструировании одежды	34
	СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	39

МОДУЛЬ 1.

Лекция 1: Художественное проектирование – основа дизайна

План занятия

- 1 Задачи художественного проектирования
- 2 Проблемы дизайн-образования.
- 3 Понятие дизайна. Роль искусства в дизайне.
- 4 Цели и задачи художественного проектирования объектов дизайна в современном обществе.

Дизайн в современном мире – главная, наиболее развитая и теоретически осмысленная сфера художественной деятельности человека. Продуктом его является предметный мир, создаваемый людьми средствами индустриальной техники по законам красоты и функциональности. Решая в совокупности и практические и художественные задачи, дизайн принадлежит одновременно к сферам создания и материальных и духовных ценностей.

Под дизайном подразумевается художественное проектирование предметов - материальных объектов, ~ проектирование эстетического облика потребительских изделий, изготовленных промышленным способом.

Сегодня промышленность производит практически все, что нас окружает, всю совокупность окружающих нас предметов и их комплексов, то есть всю нашу предметную среду, в которой мы живем и которую используем для организации функциональных процессов жизнедеятельности и удовлетворения своих материальных и духовных потребностей. Все эти предметы материальной среды обитания человека, помогающие организации быта, труда и общения людей, при условии их художественного решения становятся произведениями искусства, так как весь этот мир бытовых вещей, предметы, созданные человеком, должны быть не только максимально удобными для выполнения своего непосредственного назначения, но и одновременно обладать приятным для глаза внешним видом. Задача дизайна состоит в том, чтобы сделать окружающие нас предметы красивыми и удобными в обращении, технически целесообразными.

Дизайн можно смело отнести к формам искусства, однако его функции не ограничиваются лишь эстетическим оформлением промышленных изделий. Понятие искусства объединяет в себе музыку и связанные с ней вокал и танец, театр и кино, цирк, а также пластические виды искусств, то есть пространственные, предметные.

Объектами дизайна являются утилитарные вещи, которые имеют практическое значение и помимо эстетической функции выполняют множество других функций, причем красота вещей обусловлена практическими требованиями. У дизайна много общего с прикладным искусством, произведениями которого являются вещи, которые, помимо эстетической, обладают и практическими функциями (например, украшения,

ковры, посуда). Костюм также рассматривают как предмет прикладного искусства, так как в нем, как и во всех произведениях прикладного искусства, объединены материально-практические и художественно-эстетические характеристики.

Лекция 2. Методы художественного проектирования. Комбинаторный метод формообразования. Трансформация. Кинетизм

План занятия:

- 1 Методы художественного проектирования.
- 2 Комбинаторный метод формообразования.
- 3 Трансформация. Кинетизм

Комбинированные методы являются основными методами проектирования с применением комбинирования. К ним относятся: комбинаторика, трансформация, кинетизм.

Комбинаторика — метод формообразования в дизайне, основанный на поиске, исследовании и применении закономерностей вариантного изменения пространственных, конструктивных, функциональных и графических структур, а также на способах проектирования объектов дизайна из типизированных элементов.

Если сказать проще, то комбинаторика — комбинирование различными способами форм и их элементов.

Комбинаторика, в принципе — это вариантный поиск, который можно разделить в проектировании на ряд основных приемов:

Комбинирование элементов на плоскости при создании текстильных композиций, раппортных тканей или трикотажных полотен.

Комбинирование типизированных стандартных элементов (модулей) при создании целостной формы.

Комбинирование деталей, пропорциональных членений внутри определенной формы (по одной конструктивной основе или базовой форме).

Компьютерный поиск готовых вариантов организации готовых комплектов.

Комбинаторика оперирует определенными приемами комбинирования: перестановкой, группировкой, переворотом, организацией ритмов.

К частному приему в комбинаторике относится прием вставок (врезок) в определенную форму для создания сложной формы. Для этого можно взять любую простую, давно известную, форму одежды: прямую, расширенную или зауженную книзу юбку, платье такого же силуэта, рукава, воротники, капюшоны, сумки, головные уборы. Другими словами, взять цилиндрическую или коническую форму, разрезать ее в определенном направлении (вертикально, горизонтально, диагонально, смешанно) по боковым швам, в других местах (можно соблюдать равные расстояния между разрезами или располагать разрезы в динамическом ритме). Вставить в разрезы, обработанные по краю

или с контрастной подкладкой, плоские куски ткани простой геометрической формы (квадрат, прямоугольник, треугольники разной конфигурации, круг, полукруг, сектор, сегмент, трапеция). Можно вставить и сложные формы в виде цветов, листьев, бабочек, животных, рук, ног, профилей, фигур людей, неограниченно фантазируя. Количество вставок может возрасти от одной-двух в боковых швах до такого числа, которое необходимо для создания определенной формы.

Комбинаторные поиски следует разделить на два вида:

Создание сложной формы.

Создание фактуры.

Если использовать двух- или многоцветные ткани, ткани с контрастной подкладкой, с отворотами, то получаются интересные декоративные решения. На рис 1 показаны варианты разнообразных вставок на юбках.

Кроме того, вставки в виде больших прямоугольников, треугольников, квадратов драпируются и ниспадают свободно, создают объемную форму, неузнаваемо изменяя первоначальную.

Трансформация – один из комбинаторных способов проектирования, способствующий созданию мобильного ассортимента. В качестве основного методологического принципа при создании мобильного ассортимента одежды принят системный подход.

Мобильная (многофункциональная) одежда рассматривается, как система видоизменяемых и трансформируемых элементов, обладающая целостностью и динамичностью.

При рассмотрении феномена трансформации системный подход позволяет представить его как принцип, как инструмент, как метод мыслительной и проектной деятельности.

Понятие «трансформация» связывается с понятиями «концептуальное проектирование», «проектная концепция».

Схема преобразования одежды



Из схемы следует, что мобильный ассортимент одежды – это многофункциональная одежда, которая в процессе эксплуатации подвергается либо видоизменению, либо трансформации.

Кинетизм (от греч. kinetiko's — приводящий в движение) — относится к комбинаторным методам проектирования, в частности, к методу

трансформации. Кинетизм — вид художественного творчества, в основе которого лежит идея движения формы, любого ее изменения.

Метод кинетизма заключается в создании динамики форм, декора, рисунков тканей. Истоки его находятся в далеком прошлом при создании фейерверков, механических устройств (музыкальных шкатулок, часов, механических игрушек и т.д.). Средневековые представления всегда использовали динамику света и динамику объектов.

Кинетизм как система эстетических взглядов сложился в условиях развития технического прогресса, когда художники использовали новейшие достижения технологии, инженерной мысли и науки, нашедшие отражение в дизайне, телевидении, театре, массовых праздниках, профессиональных дефиле, компьютерной графике, лазерных шоу, оформлении городской среды.

В дизайне одежды метод кинетизма используется все шире, особенно в профессиональных показах: в динамике трансформирующихся деталей костюма, в применении светящихся объектов, световодов, автономного освещения, крутящихся или движущихся элементов костюма. Среди наиболее определенных и апробированных вариантов кинетического мобильного формообразования отмечаются такие, как вращение спирали, эффекты волнового колебания, муаровый эффект и т.д.

Вращение спирали порождает иллюзию бесконечного подъема или спуска элементов композиции при восприятии ее зрителем.

Прием волнового колебания связывают с возникновением иллюзии пластических изменений неподвижной формы, при котором на глазах у зрителей происходит деформация этой формы и композиция приобретает новое звучание.

Возникновение муарового эффекта объясняют соответствующими движениями человека по отношению к объекту, например, при сочетании нескольких прозрачных сетчатых конструкций с различными движениями зрителя вокруг них или за счет перемещения многочисленных линий-нитей при движении зрителя вокруг объекта.

Лекция 3. Метод модульного проектирования. Метод деконструкции при конструировании одежды.

План занятия:

- 1 Система модулей
- 2 Метод деконструкции
- 3 Кинетизм
4. Эскизное проектирование

Модуль — единица меры или исходная единица измерения, которая повторяется и укладывается без остатка в целостной форме (объекте).

Кратность — укладываемость модуля без остатка, позволяет собирать различные формы и обеспечивает их взаимозаменяемость.

Раньше части человеческого тела служили единицами измерения: дюйм — длина сустава большого пальца; пядь — расстояние между концами раздвинутых большого и указательного пальцев; фут — средняя длина стопы человека. При графическом изображении фигуры за модуль выбрана высота головы.

Современный архитектурный модуль равен 10 см, укрупненный строительный модуль — 30 или 40 см. Модуль для приборостроения и станкостроения составляет 5 см. Оборудование интерьера строится на модуле в 5 и 15 см; народный орнамент, также состоит из небольшого числа повторяющихся элементов. Например, ювелиры Дагестана покрывают оружие и утварь орнаментом, состоящим из небольшого числа стандартных элементов (не больше 27); в азербайджанских вышивках используются от 3 до 5 одинаковых мотивов; молдавские ковры с геометрическим рисунком отличаются особым лаконизмом и крупным узором, который создается из одного мотива. Таким образом, использование модуля — это не новый прием, им пользовались всегда и в архитектуре, и в прикладном искусстве.

Использование модулей может быть предложено в моделировании одежды, когда одежда различного ассортимента собирается как из кирпичей — из уже готовых элементов.

Модули могут быть одинакового размера, который выбирается в зависимости от антропологии человеческого тела и оптимальных размеров готовой одежды.

Модули, как правило, имеют простые геометрические формы, чтобы при соединении подучались капюшон, короткий жилет, жилет средней длины, длинный жилет, короткие рукава, длинные рукава.

Метод деконструкции.

Метод деконструкции был предложен японскими дизайнерами И. Ямамото и Р. Кавакубо в начале 1980-х гг., затем разработан представителями «бельгийской школы» в дизайне одежды, его использовали Ж. -П. Готье и Дж. Гальяно.

Новый подход к моделированию одежды, заложенный в методе деконструкции, предполагает свободное манипулирование формой и посадкой изделия на фигуре, отказ от норм «хорошего вкуса». Европейские модельеры, получившие сильнейшее влияние от работ японских дизайнеров, с интересом использовали асимметричный крой, неровные края одежды; разрывы, всевозможные прорезы и дырки; деление конструкции на правую и левую половины; метод инверсии (швы наружу, лацканы на спине, застежки в нетрадиционных местах, вытачки «налицо»); элементы незавершенности; нарушение традиционной технологии.

Деконструкция стала отличительной чертой дизайна конца 1990-х гг. Она обусловила более свободное отношение к посадке одежды на фигуре,

наличие заминов, пространства воздуха между тканью и телом, что делает одежду более комфортной.

Графика (*греч. гарМlсе, от гарНо — писать*) — вид изобразительного искусства, включающий рисунок и печатные художественные изображения (гравюра, литография, монотипия и др.), основанные на искусстве рисунка, но обладающие собственными изобразительными средствами и выразительными возможностями.

Графика является одним из профессиональных средств дизайнерского проектирования. Она помогает формировать, искать варианты и развивать проектную задачу достаточно простыми средствами. Это переход от мыслительной деятельности дизайнера к быстрому поиску оптимального решения в процессе первоначального этапа проектирования.

Как правило, дизайнер прибегает к графическому проектированию, или проектно-графическому моделированию, на всех творческих этапах процесса проектирования.

Проектно-графическое моделирование одежды можно подразделить на следующие типы проектно-графического изображения:

набросок — первоначальный графический замысел

поисковый рисунок с разработкой графических вариантов или детализировкой проектного изделия;

эскизное проектирование — разработка идеи проекта в совокупности, с нахождением образного решения, с подбором материалов, тканей и дополнений;

построение чертежей конструкции;

выполнение макета в материале с уточнением конструкторского и технологического соответствия первоначальному замыслу.

Из перечисленного наиболее важным является эскизное проектирование, так как к эскизу как к поиску композиционного решения предъявляются определенные требования: выразительность, понятность и читаемость, конкретное точное содержание.

Эскиз состоит из разных графических приемов изображения:

эскиз-поиск — набросок проектной идеи

эскиз-подача — использование его в печатной графике

технический эскиз — точное, ясное изображение без искажения пропорциональных соотношений модели и фигуры человека, выполненное достаточно простыми графическими средствами

При графическом моделировании эскиза решают следующие задачи:

выявляют наиболее важную идею проекта, подчеркивают ее графическими средствами;

если ставится задача поиска индивидуального образа, подчеркивают и заостряют образное решение, возможно преувеличивают его, доводя до гротеска;

если нужно, опускают второстепенное, избавляют от ненужного, «очищают» графическое изображение проекта.

В дипломном проектировании наряду с поисковыми эскизами разрабатывается планшетный ряд представленной коллекции, т.е. разработка коллекции ведется одновременно с графической разработкой фона, связями между группами моделей, поисками острых образных решений

Лекция 4. Разработка художественной идеи объекта дизайн на основе метода фокальных объектов.

План занятия:

- 1 Разработка художественной идеи
- 2 Метод фокальных объектов

Слово «дизайн» происходит от итальянского слова *disegno*, которым в эпоху Возрождения обозначали проекты, рисунки и идеи, лежащие в основе работы. В русский язык слово «дизайн» пришло из английского языка, в котором слово *design* с XVI в. означало замысел, чертеж или узор, а также процесс проектирования и конструирования.

Дизайн как особая творческая деятельность возник в сфере промышленного производства в XIX—XX вв.. В дизайне преодолевается разрыв между красотой и пользой, возникший в результате промышленной революции и развития массового производства, стирается граница между искусством и техникой. Дизайн является проектной деятельностью и связан с культурой нового типа — проектной культурой, объединившей научно-техническую и гуманитарную культуры на качественно ином уровне, когда определяющей чертой современного мышления стала проектность, связанная с творческой деятельностью человека и соответствующая новому положению человека в мире, его взаимоотношениям с окружающей средой. В условиях научно-технического прогресса проектность является основным способом воспроизводства проектной культуры, которая ориентирована на непрерывное изменение образа жизни и охватывает во взаимосвязи все аспекты деятельности по созданию нового изделия — технические, экономические, социальные, эстетические.

Эпоха проектной культуры началась в период Возрождения, сменив тысячелетнее господство канонической культуры, к которой можно отнести культуру древних цивилизаций, Средневековья, а также культуру стран Востока — Индии, Китая, Японии. Каноническая культура была ориентирована на устойчивый уклад жизни, который воспроизводился на протяжении веков и даже тысячелетий. Формой воспроизводства традиционной канонической культуры является ритуал. Каноническая культура была анонимной и передавалась в результате непосредственного контакта учителя и ученика. В качестве образцов для подражания служили

традиции, возникшие в далеком прошлом. Проектная же культура является авторской, в ней субъект приобрел право на «проектирование», которое прежде было божественной прерогативой. Созидание нового в проектной культуре невозможно без разрушения старых канонов: без этого нет творчества во всех областях (технической, гуманитарной и художественной), где формировалась проектная культура. Однако технократическое и техноцентристское мышление нового времени уже с середины XIX в. стало объектом критики за дегуманизацию культуры. Теоретики дизайна конца XIX — начала XX в. (начиная с Д.Рёскина и У.Морриса) культу машины противопоставили идею возвращения утраченной целостности культуры. Эта идея получила развитие и в современных концепциях дизайна.

Дизайн должен преодолеть разрыв между хозяйственно-производственной деятельностью и искусством: в проектной культуре объединяются красота и польза.

Дизайн как проектная деятельность удовлетворяет разнообразные потребности человека и общества.

Потребность определяется как осознанная или неосознанная необходимость в тех или иных условиях или предметах для нормального функционирования социальной системы или жизни человека.

Для того чтобы понять сущность дизайна, необходимо дать определение понятию «предметная среда». Предметная среда — это совокупность окружающих человека изделий и их комплексов, используемая им для организации функциональных процессов жизнедеятельности и удовлетворения материальных и духовных потребностей человека.

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

Специалист, работающий в сфере дизайна и обеспечивающий высокие потребительские свойства и эстетические качества изделий и предметной среды, называется дизайнером.

В структуру дизайна входят следующие элементы:

субъект дизайн-деятельности — дизайнер и потребитель;

объект дизайн-деятельности — дизайн-проект и дизайн-продукт;

среда — различные системы деятельности.

Объектами дизайна могут быть промышленные изделия, элементы и системы городской, производственной и жилой среды, визуальная информация. С самого начала осмысления дизайна как особой профессиональной деятельности он претендовал на охват всей среды обитания человека в качестве объекта проектирования (например, в 1910-х гг. — «от софы до среды города»).

В зависимости от объекта проектирования дизайн подразделяется:

на индустриальный (так называемые изделия группы «А» — орудия труда и механизмы, средства транспорта и вооружение — и группы «Б» — предметы массового потребления: посуда, бытовые приборы, мебель);

архитектурной среды (дизайн интерьера и дизайн внешней архитектурной среды);

графический (промышленные графика и упаковка, фирменные знаки, рекламная продукция);

компьютерный;

фото дизайн;

ландшафтный;

одежды;

артдизайн.

Существует даже понятие «социальный дизайн».

Если первоначально под дизайном понимали проектирование промышленных изделий, то теперь к нему относят и уникальные проекты, существующие часто в единственном экземпляре (артдизайн, элитарный дизайн). Объединяет все эти различные виды дизайна то, что дизайн является компоновочной деятельностью, проявлением особого компоновочного мышления, похожего на эвристическое мышление.

Дизайн является и одной из форм массовой коммуникации в современном обществе, так как осуществляет связь производства и потребления через торговлю, регулирует взаимодействие спроса и предложения, покупательскую активность массового потребителя. Дизайн — это социокультурный регулятор потребительского общества, необходимый для его функционирования и воспроизводства. Покупая товар, потребитель приобретает не только вещь для удовлетворения своей потребности, но также символ определенного социального статуса, помогающий ощутить себя в той социальной роли, которую он играет. Таким образом, дизайн — одна из форм маркетинга, коммуникации между потребителем и производителем: «рассмотренный социологически, дизайн есть система управления взаимодействием промышленности и рынка в массовом потребительском обществе путем придания внешним формам изделий символов престижа, благополучия, лояльности. Рассмотренный культуроведческий, дизайн — искусство».

Одежда и ее элементы являются такими же объектами дизайна (частью предметной среды), как мебель, посуда, инструменты, автомобили и самолеты. Костюм является неотъемлемой частью предметной среды, наиболее тесно связанной с человеком и отражающей изменения его образа жизни.

Одежда — это совокупность покровов на теле человека, защищающих его от неблагоприятных воздействий окружающей среды: холода и зноя, дождя и ветра, от укусов насекомых, зубов и когтей диких животных, от ударов копьем или мечом, нанесенных врагом в бою, от пули и отравляющих

веществ. В древнем и традиционном костюме одежда защищала человека не только от физических воздействий, неблагоприятных климатических условий, но и от влияния злых сил, обеспечивая магическую защиту. Таким образом, одеждой можно назвать и боевую раскраску, и татуировку у первобытных народов, и латы средневекового рыцаря, и современные бронежилет и противогаз, и модное платье. Современное понятие одежды включает в себя платье (надевают непосредственно на тело человека), обувь, головные уборы, дополнения и аксессуары (перчатки, шарфы, пояса, сумки и т.п.). Основные функции одежды — защитная (физическая и моральная защита) и утилитарно-практическая, так как одежда всегда связана с какой-либо деятельностью человека, имеет определенное назначение, помогая ему приспосабливаться к окружающему миру. Любой предмет одежды — это вещь, которой пользуются и которая выполняет одну или несколько функций. Но при этом одежда имеет и эстетическую функцию — она украшает человека, в ней неразрывно связаны понятия красоты и пользы. Как и любая вещь, одежда является предметом потребления. Ношение одежды — это процесс потребления данного продукта. Одежда может быть изготовлена по индивидуальному заказу для конкретного человека или быть продуктом массового промышленного производства, когда один образец тиражируется в сотнях, тысячах, а то и миллионах экземпляров и находит своего «хозяина» уже в процессе распределения. В любом случае она удовлетворяет определенные потребности конкретного человека.

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.

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, вытачки и т.п.).

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.).

Лекция 5. Образное мышление, творческая проработка проектного решения изделий.

План занятия

- 1 Образ и ассоциации.
- 2 Аналогии — метод решения поставленной задачи
- 3 Неология
- 4 Антропотехника

Образ и ассоциации — основа проектирования изделий. Образно-ассоциативный подход в творчестве дизайнера. Творческие источники для проектирования изделий легкой промышленности Принципы трансформации творческих источников в процессе проектирования изделий .

Аналогии — метод решения поставленной задачи, при котором используются аналогичные решения, взятые из народного костюма, национальной одежды, инженерных решений, биоформы, произведений архитектуры и т.д. Дизайнер сталкивается с интерпретацией творческого источника и превращения его путем трансформаций в проектное решение. Этот метод применяют достаточно часто и широко, особенно на стадии образного решения объекта в проектировании. Новые интересные решения получаются при использовании не визуальных признаков творческого источника, а одного из следующих способов:

способ «несшитой одежды» можно позаимствовать из истории костюма (плащи, тоги, накидки);

способ «упаковки» — из дизайна тары и упаковки;

способ «переплетения» подскажут изделия декоративно-прикладного искусства, народного костюма;

способ «создания объемной фактуры» придет из растительных форм, цветов, листьев, корней и пр.;

способ «членения большой формы на составляющие» навеют средневековые доспехи и модульное проектирование.

Первоначальная идея, заимствованная по аналогии, затем доводится до решения адекватного замыслу. Такое проектирование имеет отношение к функциональному проектированию, т.е. проектированию не предмета (вещи), а способа. Например, проектировать не чайник, а способ кипячения воды; не отопительную батарею, а способ обогрева помещения; не галоши, а непромокаемую обувь, или обувь, не боящуюся непогоды (гололед, дождь, слякоть); не «авоську», а способ переноски покупок и т.д.

Неология — метод использования чужих идей, передового отечественного и зарубежного проектирования. Сюда можно отнести и метод

поиска формы на основе пространственной перекомпоновки прототипа. Необходимо в процессе заимствования поставить и ответить на следующие вопросы: что нужно изменить в прототипе, что можно изменить в прототипе, каким образом?

Понятно, что использование прототипа или заимствование идеи без изменений чревато профессиональным скандалом и обвинениями в плагиате. Корректным будет только заимствование приема или способа, но применение их должно быть в другой области. Например, понравившееся ажурное переплетение кожаной сумки можно, видоизменив масштаб, форму и прочее, использовать в моделировании одежды (выходное платье, трикотаж, юбки, брюки из кожи и т.д.)

Эвристическое комбинирование — метод перестановки, предполагающий изменение элементов, их замену. Он получил широкое применение в проектной практике как наиболее простой и дающий достаточно неожиданные результаты. Его можно охарактеризовать как комбинаторный поиск компоновочных решений.

Этот метод с успехом используется авангардистами в моде. Например, при разработке модели плаща какую-то новую или старую идею можно «передвигать по всему изделию», добиваясь новых комбинаций, заменять, к примеру, воротники карманами или передвигать детали, расположенные спереди, на спинку, рукава, капюшон. Этот метод характерен тем, что в процессе проектирования свою первоначальную идею можно довести до гротеска, абсурда и потом в этом найти рациональное зерно.

Использование передовых технологий — метод, применяемый для объектов, способных изменять внешний вид (цвет, освещение).

Например, разработка цирковых, эстрадных костюмов с автономным освещением (миниатюрные лампочки, встроенные в костюм; использование световодов, которые светятся от направленного на них луча света или от батареек, спрятанных в костюме).

Современными дизайнерами разработаны модели одежды из материалов с жидкими кристаллами, меняющими свой цвет при нагревании (футболки, топы, купальники и пр.). За этим методом — будущее.

Антропотехника — метод проектирования новых объектов, учитывающий их приспособляемость к физическим возможностям человека. В принципе, даже в авангардных моделях необходимо учитывать пропорции человеческого тела.

Например, карманы пальто, плащей, курток должны располагаться так, чтобы ими было удобно пользоваться. Важна посадка изделия на фигуру, удобная при движении проймы рукава, капюшоны, сидящие на голове, а не болтающиеся сзади, как мешок. При проектировании сумок есть правило: у сумки должен быть такой замок, чтобы его можно было расстегнуть одной рукой. А зонтик должен раскрываться нажатием на кнопку тоже одной рукой.

МОДУЛЬ 2.

ТЕМА 6: Теоретические основы композиции изделий легкой промышленности

План занятия

1. Основы композиции изделий
2. Одежда и ее элементы

Одежда и ее элементы являются такими же объектами дизайна (частью предметной среды), как мебель, посуда, инструменты, автомобили и самолеты. Костюм является неотъемлемой частью предметной среды, наиболее тесно связанной с человеком и отражающей изменения его образа жизни.

Одежда — это совокупность покровов на теле человека, защищающих его от неблагоприятных воздействий окружающей среды: холода и зноя, дождя и ветра, от укусов насекомых, зубов и когтей диких животных, от ударов копьем или мечом, нанесенных врагом в бою, от пули и отравляющих веществ. В древнем и традиционном костюме одежда защищала человека не только от физических воздействий, неблагоприятных климатических условий, но и от влияния злых сил, обеспечивая магическую защиту. Таким образом, одеждой можно назвать и боевую раскраску, и татуировку у первобытных народов, и латы средневекового рыцаря, и современные бронежилет и противогаз, и модное платье. Современное понятие одежды включает в себя платье (надевают непосредственно на тело человека), обувь, головные уборы, дополнения и аксессуары (перчатки, шарфы, пояса, сумки и т.п.). Основные функции одежды — защитная (физическая и моральная защита) и утилитарно-практическая, так как одежда всегда связана с какой-либо деятельностью человека, имеет определенное назначение, помогая ему приспособливаться к окружающему миру. Любой предмет одежды — это вещь, которой пользуются и которая выполняет одну или несколько функций. Но при этом одежда имеет и эстетическую функцию — она украшает человека, в ней неразрывно связаны понятия красоты и пользы. Как и любая вещь, одежда является предметом потребления. Ношение одежды — это процесс потребления данного продукта. Одежда может быть изготовлена по индивидуальному заказу для конкретного человека или быть продуктом массового промышленного производства, когда один образец тиражируется в сотнях, тысячах, а то и миллионах экземпляров и находит своего «хозяина» уже в процессе распределения. В любом случае она удовлетворяет определенные потребности конкретного человека.

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.

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, вытачки и т.п.).

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.).

С понятием «одежда» неразрывно связано понятие «костюм».

Костюм (от итал. *costume* — обычай, нравы) — это определенная система предметов и элементов одежды, объединенных единым замыслом и назначением, отражающая социальную, национальную, региональную принадлежность человека, его пол, возраст, профессию. Костюм тесно связан с бытовой традицией, характеризуя обычаи и нравы определенного региона, конкретного исторического периода, народа, или этноса, а также с социальным положением, поведением и образом конкретного человека, выражая его индивидуальность. Будучи связанным уже с конкретным человеком или социальной группой, костюм выполняет те же функции, что и одежда: защитную и утилитарно-практическую. Однако важнейшая функция костюма — знаковая, так как костюм является особым видом коммуникации, т.е. сообщает окружающим информацию о человеке: его социальном статусе, политических пристрастиях, религиозной принадлежности, эстетическом вкусе, культуре. Кроме того, костюм выполняет следующие функции:

- сообщает о возрасте. Так, современный европейский костюм может определять или маскировать возраст человека; национальный костюм четко определял возраст, например цвет одежды у таджиков, цвет головного убора в венгерском женском национальном костюме; сообщает о социально-половой принадлежности. Например, практически в любом национальном костюме обозначен не только пол человека, но и его семейное положение: незамужняя ли это девушка «на выданье», просватанная невеста, замужняя женщина или вдова и т. п. В традиционном обществе попытки носить не

принадлежащую по праву одежду строго пресекались. В современном же костюме эта функция почти исчезла: не только семейное положение, но и пол человека часто невозможно определить по его костюму (стиль унисекс);

- обозначает сословную (групповую) принадлежность человека к определенному сословию (в сословном обществе), социальному классу или социальной группе (в классовом обществе), выявляет или маскирует социальный статус человека;

- обозначает профессиональную принадлежность человека, указывает на род его занятий. Особенно четко это было обозначено в средневековом костюме, когда представители определенных профессий (врачи, адвокаты, университетские преподаватели) и члены ремесленных цехов носили особую одежду, которая различалась по покрою и цвету. В современном костюме эта функция проявляется в производственной и в гораздо меньшей степени в бытовой одежде для работы. Однако без труда по костюму можно отличить делового человека от представителя «свободных профессий»;

- указывает на климатические особенности региона, образ жизни и национальные традиции проживающих в нем народов. Так, костюм бедуинов Аравийского полуострова в той же степени учитывает особенности климата, что и костюм коренных народов Крайнего Севера. По костюму можно судить о принадлежности человека к определенному этносу, хотя в современном костюме европейского типа сложился так называемый интернациональный стиль, стирающий все национальные особенности;

- указывает на религиозную принадлежность человека. Например, в Индии первоначально только мусульмане носили кроеную и сшитую одежду, кожаную обувь, а индусы — драпированную одежду; во Франции в XVI в. можно было по костюму отличить католика от гугенота (протестанта), в Англии в XVII в. — сторонника англиканской церкви от члена религиозной секты (пуританина). И в современном мире сохраняется эта функция костюма: иудея, например, трудно спутать с кришнаитом, хотя и можно говорить о том, что в современном костюме эта функция имеет не столь существенное значение, как это было раньше.

В современном костюме европейского типа часто вообще трудно выделить определенную функцию. Костюм стал многофункциональным, а сама функция — многозначной. Хотя костюм по-прежнему выполняет такие функции, как эротическая и эстетическая. В этом смысле костюм выражает как индивидуальный эстетический вкус человека, так и общие для данного времени представления о красоте. Индивидуальный выбор костюма (не только стиль, сочетания цветов или отдельных предметов одежды, но и соответствие фигуре и внешности человека, а также конкретной ситуации) свидетельствует об образовании и общей культуре человека, о его социальном происхождении. В современной моде отсутствуют прежние эталоны «хорошего вкуса», но сохраняет свое значение понятие «культура одежды», которое предполагает, прежде всего соответствие костюма

ситуации, в которой находится человек. Кроме того, в костюме проявляется эстетический идеал конкретного времени и народа.

Разрабатывая современный костюм, необходимо учитывать, какие функции в нем должны преобладать. Это определит и конструктивное решение, и выбор материалов, и образное решение костюма. Такой подход к проектированию вещи получил определение «функциональный подход», когда проектируют не вещь, а пользу, которую она должна принести потребителю (с этой точки зрения проектировать нужно не мост, а переправу, не светильник, а освещение, не нарядное платье, а хорошее настроение и уверенность в себе, не губную помаду, а возможность стать красивее и т.п.). Функциональный подход при проектировании вещи предполагает предварительное изучение процесса ее функционирования, разработку модели идеального функционирования системы в целом и в результате — создание объекта с принципиально новыми функциями, позволяющего удовлетворить разнообразные и меняющиеся потребности человека.

В зависимости от того, что является объектом проектирования, дизайн одежды подразделяется на дизайн костюма, трикотажных изделий, обуви, головных уборов, аксессуаров, украшений и т.п. Как уже было сказано выше, одежда — это предмет потребления и в современной ситуации, как правило, продукт массового производства, поэтому дизайн одежды является проектированием преимущественно промышленных коллекций. Такого специалиста называют или *дизайнером одежды*, или *стилистом*. В нашей стране до недавнего времени представителя этой профессии называли *модельером* (специалист по изготовлению моделей одежды — образцов, служащих эталонами для серийного производства одежды, обуви, головных уборов).

В сфере производства готовой одежды существует понятие «прет-а-порте», возникшее в 1950-х гг. Прет-а-порте (букв. «готовый к носке») — это готовая одежда высокого качества, на которой стоит имя известных модельера или фирмы.

Первая ярмарка промышленной моды была проведена в 1948 г. в Дюссельдорфе, в 1951 г. состоялись первые показы женской моды во Флоренции, в 1956 г. — первый салон прет-а-порте в Париже. Города, где устраиваются крупнейшие ярмарки промышленной моды и презентации сезонных коллекций, дважды в год становятся настоящими столицами моды (в Дюссельдорфе с недавнего времени было решено проводить ярмарки четыре раза в год). В Париже два раза в год проводятся недели прет-а-порте, салоны женской и мужской моды, в Милане — показы женской готовой одежды (первый прошел в 1969 г.), во Флоренции — показы мужской (с 1972 г.) и детской моды и одежды из трикотажа, в Дюссельдорфе — показы женской моды, в Кёльне — показы мужской моды, выставка детских и юношеских товаров, в Нью-Йорке — показы мужской и женской моды. В

Москве также регулярно устраиваются выставки товаров текстильной и легкой промышленности отечественных и зарубежных производителей.

Понятие «дизайн одежды» распространяется на деятельность по созданию костюма вообще, а не ассоциируется только с массовой одеждой, изготовленной промышленным способом, или даже более узко — одеждой, предназначенной для выполнения определенной функции (например, спецодеждой). В 1960-х гг. дизайном начали считать создание промышленных коллекций одежды. Высокая мода была отнесена к сфере элитарного дизайна. К области дизайна одежды стали относить и творчество кутюрье (считавших раньше свою профессию прежде всего ремеслом) и стилистов.

Синдикат французской высокой моды, основанный в 1868 г. в Париже англичанином Ч Ф Бортом (1825-1895), объединил модные салоны, в которых одевались представители высших кругов общества, и должен был, с одной стороны, защищать извечных портных от копирования их моделей (так как Синдикат высокой моды охраняет морские права своих членов), с другой стороны, обеспечивать уникальность моделей для своих клиентов, стремившихся отличаться от простых буржуа. Синдикат высокой моды напоминает средневековый цех, а Кутюрье могут называться только члены этой организации. Чтобы быть принятым в Синдикат, необходимо соответствовать определенным требованиям: изготавливать модели только по индивидуальному заказу и только применением ручной работы (что и обеспечивало исключительность на фоне распространения швейных машин), иметь особую клиентуру. Впоследствии в устав Синдиката высокой моды добавились новые требования - проводить регулярные показы Слей для клиентов и прессы, а также регулярно показывать новые сезонные коллекции. В настоящее время кутюрье может называть себя тот, кто является членом Синдиката высокой моды, имеет салон (Дом высокой моды) в Париже, в штате которого должны работать не менее 20 сотрудников и 3 постоянные манекенщицы, и создает определенные правила: при изготовлении моделей использует преимущественно - большую работу (сейчас допускается до 30 % машинных строчек), применяет ткани определенной стоимости, дважды в год показывает новые коллекции (в июле - осенне-зимние, в январе - весенне-летние).

Дизайн одежды имеет свою специфику, которая обусловила некоторую его нерванность от дизайна в целом. В этой сфере не существует традиции обсуждения, профессиональные проблемы на съездах и конференциях, нет союзов, объединяющих дизайнеров разных стран. В какой-то степени эту роль играют многочисленные ярмарки моды, салоны прет-а-порте и недели высокой моды, хотя их основные задачи совершенно другие — реклама между производством и торговлей. Также не существует устоявшейся идеи среди дизайнеров одежды выражать свою творческую концепцию всех теорий и манифестов: как правило, словесное обоснование той или иной

концепции модельера возникает уже после демонстрации моделей (в виде интервью или пресс-релиза). Ведущая роль при этом принадлежит не самим дилерам, а критикам и модным обозревателям, в чьи обязанности и входят - снование и реклама нового модного направления.

Дизайнер одежды воплощает свои идеи прежде всего в моделях одежды, свою творческую концепцию - в форме модного показа, что связано с необходимостью регулярно демонстрировать сезонные коллекции одежды, если речь идёт о промышленной или высокой моде. Но все это не означает, что в дизайне одежды не находят воплощения основные тенденции развития современной культуры: в нем можно обнаружить реализацию важнейших концепций и идей, определяющих суть современного дизайна. Деятельность создателей высокой и промышленной моды так же, как и творчество архитекторов и дизайнеров, отражает общие тенденции развития проектной культуры: например, К. Шанель придерживалась таких же принципов при создании одежды, что и функционалисты 1920-х гг. (например, советские конструктивисты).

Лекция 7: Компоненты (приемы) и средства композиции

План занятия

- 1 Теоретические основы композиции изделий легкой промышленности
- 2 Вопросы целостности и единства формы
- 3 Законы, правила создания целостного, гармоничного произведения
4. Методы эвристики

Теоретические основы композиции изделий легкой промышленности

Вопросы целостности и единства формы, закономерности построения ансамбля, построение форм большого и малого предметов, их тектоничность , масштабность , связь с окружающей средой и закономерности цветовой композиции

Законы, правила создания целостного, гармоничного произведения искусства. Общие внутренние закономерности строения форм в искусстве. Создание функциональных, технических и технологических совершенных предметов, вещей и формирование на этой основе их эстетических достоинств. Композиционное формообразование. Приемы гармонизации композиционных решений.

Пропорция масштаб и масштабность Ритм Контраст. .Нюанс тождество Симметрия и асимметрия, статика и динамика в гармонизации композиции изделий легкой промышленности. Роль художественного конструирования в общей системе проектирования изделий легкой промышленности.

Когда традиционных методов творческого поиска явно недостаточно для решения поставленной задачи, уместно воспользоваться эвристическими методами. Эвристика — это наука, изучающая продуктивное творческое

мышление. Методы эвристики — методы интенсификации творческой фантазии. Творческий процесс — чрезвычайно многообразное и сложное явление. Развитие творческого воображения, нахождение нетривиальных путей решения творческих задач проектирования, преодоление психологической инерции — вот возможности эвристических методов.

Процесс творчества — это в конечном счете поиск единства формы и содержания. Иногда при решении творческой задачи применение традиционных методов проектирования не дает новых интересных решений. Поэтому важна активизация творческого поиска в проектировании, направленная на развитие творческого проектного мышления дизайнера и на интенсификацию самого процесса проектирования.

Дизайнеры всего мира заняты поисками новых идей в любой области дизайна (будь то дизайн промышленных изделий, одежды, упаковки или предметов быта), во-первых, чтобы соответствовать времени, во-вторых, чтобы создать новые товары. Фирмы, производящие товары, заинтересованы не в одной интересной идее, а в нескончаемом потоке свежих, оригинальных идей. Это обуславливает поиски способов интенсификации творческой фантазии художников, проектировщиков, дизайнеров. Большой вклад в развитие эвристических методов внесли американские и российские ученые.

Плодотворным может быть изучение и практическое внедрение, наряду с традиционными эмпирическими приемами, нетрадиционных методов, так называемых, технологических приемов творчества.

Методы творчества можно разделить по группам:

методы, применяемые при пересмотре поставленной задачи при проектировании;

методы проектирования;

методы, дающие новые парадоксальные решения;

методы математического анализа;

методы, использующие профессиональные игры.

Пересмотр постановки задачи:

наводящая задача-аналог;

изменение формулировки задачи;

наводящие вопросы;

перечень недостатков;

свободное выражение функции.

Проектирование:

анalogии;

ассоциации;

неологии;

эвристическое комбинирование;

антропотехника;

использование передовых технологий.

Методы, дающие новые парадоксальные решения:

инверсия;
эмпатия;
«мозговая атака»;
«мозговая осада»;
«совещание пиратов»;
дельфийский;
карикатуры и др.

Методы математического анализа:

семикратный поиск;
построение матриц и сетей взаимодействия;
генерирование идей на основе построения диаграмм.

Методы, использующие профессиональные игры:

написание сценариев,
игры (игровой метод имитации) и т.д.

Из перечисленных методов можно выбрать любой, наиболее подходящий для решения конкретной задачи, или группу методов и использовать их при проектировании.

Иногда целесообразно применить преобразование проектной задачи в более легкую и доступную для решения.

Возьмем для примера задачу: разработать серию эскизов эстрадного костюма для конкретного исполнителя. Эту задачу можно разделить на придумывание имиджа, вариантов макияжа, головных уборов, украшений, прически.

Лекция 8: Законы, закономерности и принципы композиционного оформления изделий легкой промышленности

План занятия

- 1 Целостность, композиционное единство
- 2 Форма костюма, силуэт костюма
- 3 Пластика, конструктивные линии костюма

Слово «композиция» происходит от итальянского *composition* – согласно соединять. В применении к костюму это означает умение правильно сочетать все его элементы в единое целое для создания гармоничного образа. Гармонизации формы костюма способствует знание основных закономерностей композиции. Правильное использование средств композиции при разработке моделей – удачный выбор формы и линии костюма, продуманное сочетание – фактуры, цвета и рисунка материала – во многом может определить окончательное решение покупателя приобрести то или иное изделие. Знакомство с основными закономерностями и средствами композиции, используемыми на практике при создании различных моделей костюма, поможет покупателю более правильно оценить предлагаемое

изделие и выбрать одежду в соответствии со своим индивидуальным обликом.

Дизайн одежды предполагает обязательный учет назначения и условия использования разрабатываемой модели. Костюм должен быть удобен, практичен и красив. Поэтому его форма, конструктивное решение, выбор материала отделки и цвета подчиняются двум основным функциям - эстетической и практической. Важно отметить, что мы говорим о дизайне и разработке моделей одежды для массового покупателя, т.е. если можно так сказать одежды «практической».

Одной из закономерностей композиции является четкая взаимосвязь между формой костюма и характером его отдельных элементов и деталей. Все элементы формы костюма должны обладать общими свойствами, например, если, изделие имеет прямую форму с четкими контурами, то такими же линиями должны обладать и все детали, пуговицы, отделки и т. д.

Форма костюма

Форма костюма имеет три проекции: профильную, фронтальную, поперечную. Профильная проекция - восприятие костюма в профиль, фронтальная - в фас, поперечная - предполагаемые горизонтальные членения формы в различных точках фигуры.

Форма костюма характеризуется определенными параметрами. Основные из них - это силуэт, пропорции, размеры, масса, материал, цвет и др. Форма выразительна лишь в том случае, когда четко выявляются ее силуэт, точность пропорциональных соотношений отдельных частей, ритмический строй деталей, гармоничность цветовых соотношений.

Силуэт костюма

Лучше всего выражает форму костюма силуэт. Силуэты различают по степени прилегания к фигуре (прилегающий, полуприлегающий, свободный, расширенный или зауженный книзу) и по геометрическому виду (прямоугольный, трапециевидный, овалобразный, Х-образный). Путем разнообразных сочетаний трапеции, прямоугольника и овала можно выразить все многообразие форм. Доминирующей в ансамбле обычно является одна форма, которой подчинены все основные части костюма. Это так называемый геометрически обобщенный символ, который определяет форму костюма. Изменение формы костюма во времени связано с понятием стабильности и мобильности ее элементов. Одни признаки формы меняются быстрее, другие медленнее (структура материала). Закономерностью композиции формы является соподчиненность ее частей. Форма должна быть правильно организована с точки зрения тектоники, которая выражается, прежде всего, через пропорции: членения формы являются границами ее частей.

Пластика костюма

Одной из важных закономерностей организации формы являются принципы пластики и ритмики. Под пластикой понимается постепенность в

переходе от одной части формы к другой. Пластика костюма выявляется благодаря ткани: направление движений складок воланов, конструктивных и декоративных линий образует «движение» формы. Когда отдельные части формы сочетаются друг с другом по принципу контраста, геометрически четкие элементы используются наряду с пластичными криволинейными, но и в этом случае должен быть соблюден принцип гармоничного соподчинения целого и его частей.

Конструктивные линии костюма

Форма костюма создается путем конструктивного решения и сопряжения отдельных объемов или элементов. Линии, по которым происходит это сопряжение, называются конструктивными. К ним относятся: соединительные швы, рельефы, подрезы, вытачки и т. д. Если эти линии декоративно оформлены (шнуром, вышивкой, тесьмой и т. д.), то их называют конструктивно-декоративными. Существуют и просто декоративные линии в виде полос, вышивки, кружев, мережки и др. Все разнообразие линий по их начертанию можно разделить на три группы: прямые; кривые с постоянным радиусом кривизны (окружности и дуги); кривые с переменным радиусом кривизны (параболы и спирали). Прямые линии, как внутренние, так и силуэтные, используются при создании костюмов спортивного, делового характера, рабочей, детской одежды. Прямые «негнущиеся» линии в рабочей одежде просторного кроя вызывают ощущение собранности, деловитости. В детских костюмах кокетки, как правило, прямой формы, а кармашки и фартучки - в виде части круга; эти изделия украшают орнаментом в виде кубиков, горошка - простых геометрических форм, доступных восприятию ребенка. Для вечернего туалета чаще используют криволинейность, сложные драпировки, косой крой. Эти линии - параболы - динамичны, они выражают ускоренное или замедленное движение, так как в основе их лежит ритмическое повторение. Любая сложная кривая фактически состоит из отрезков, соответствующих линиям одной из трех названных выше групп. Очерченность силуэта костюма достигается более или менее сложными линиями. Вместе с тем технологическая и влажно-тепловая обработка изделия также придает линии определенную конфигурацию. Итак, пластика формы костюма зависит от пропорций отдельных ее объемов, линий, конструктивной обработки изделий.

Изменение формулировки задачи для расширения поиска ее решения: дизайнер, разрабатывая план проектных мероприятий, ставит перед собой стратегическую задачу. Разработка тактических конкретных действий — необходимое качество профессионала.

Если дано задание спроектировать, например, плащ, то возможны следующие изменения формулировки:

1) придумать дождевик из непромокаемой или водоотталкивающей ткани, полиэтиленовой пленки и пр.;

2) придумать такой дождевик, чтобы вода стекала с него определенным образом или накапливалась в микроскопических емкостях;

3) придумать такой дождевик, чтобы капюшон путем нажатия на кнопку превращался в небольшой зонтик над головой;

4) придумать такой дождевик, материал которого был бы похож на материал детских памперсов (возможно, из синтетической пленки или бумажный, одноразовый);

5) придумать такой дождевик из тончайшей пленки, который легко складывался бы и его можно было бы убрать в небольшую сумочку;

6) придумать такой дождевик, который помещался бы в баллончик (это из области фантастической литературы), разбрызгивающий устойчивую пенку, пену и т.д., которые после дождя можно было бы легко удалить;

7) придумать плащ с продленным сроком использования: с меховой, утепленной, стеганой, съемной подкладкой, со съемными деталями (пелеринами, кокетками, воротниками, капюшонами и пр.);

8) разработать плащ-пыльник, который будет выполнен из ткани платья, костюма, юбки, брюк и т.д. Если при изменении формулировки ставятся неожиданные, порой даже абсурдные, задачи, то решение проектной задачи может быть таким же неожиданным, но приближенным к прагматичному условию поставленной задачи. Вообще, применение метода изменения формулировки задачи расширяет поиски «в русле» проекта и говорит о мобильности мышления дизайнера.

Наводящие вопросы помогают уменьшить психологическую инерцию и упорядочить поиск вариантов. Ставятся вопросы типа: что можно в объекте отделить, раздробить, миниатюзировать, увеличить и пр. Например, при разрешении предыдущей задачи (разработка моделей плаща) можно поставить перед собой следующие наводящие вопросы:

будет ли плащ трансформируемым, на какие детали и каким образом?

будет ли съемная подстежка, из какого материала?

для кого предназначен плащ (молодежный, классический) — для всех, для конкретного человека?

материал плаща будет дешевым (синтетические пленки, искусственная кожа, ткань) или дорогим (натуральная кожа, замша, нарядная ткань)?

может быть нужен плащ, который годится каждому потребителю, в стиле «унисекс»?

Перечень недостатков — метод заключается в составлении полного, развернутого перечня недостатков изделия. Перечень недостатков сразу дает ясную картину, какие из них в первую очередь подлежат изменению. Хорошо бы все это (и вопросы предыдущего метода) согласовать с заказчиком. И вообще, дизайнер должен больше спрашивать, задавать вопросы, так как он должен уметь «перевоплотиться» в потребителя объекта.

Свободное выражение функции — метод поиска «идеальной вещи». Основная цель метода состоит в такой постановке задачи, при которой

особое внимание уделяется назначению объекта. Это, как бы, «маяк», указывающий наиболее перспективные направления поисков.

Например, ставится проектная задача — разработать идеальную куртку для любого потребителя. Существует международный стандарт, который диктует определенные правила проектирования:

- куртка должна быть достаточного объема, конструкция ее должна быть типовой, обеспечивающей идеальную посадку на фигуре;

- конструкция рукава должна позволять поднять руку или выполнить достаточно резкое движение вперед;

- расположение карманов, кокеток и других деталей должно быть удобным для входа руки;

- необходимо наличие двойной застежки (на молнию и на пуговицы, как у «канадской куртки», или на молнию и на кнопки, защелки, завязки и пр.). Отечественный вариант — куртка с одной застежкой — не выдерживает критики;

 - все входы карманов должны иметь застежку (любого вида);

- на линии талии или внизу изделия должен быть регулируемый пояс, кулилка, шнурок, резинка, хлястик и т.д.

- капюшон должен быть трансформирующимся: убираться в воротник-стойку на молнии; раскрываться и раскидываться по плечам, как матросский воротник, если имеется декоративная или меховая подкладка; быть съемным и убираться в специальный карман или засовываться под погон;

- конструкция капюшона должна защищать от непогоды, т.е. удобно сидеть и прилегать к голове;

 - у низа рукавов должна быть двойная подкладка на резинке;

- куртка должна «дышать», т.е. быть гигроскопичной (специальная подкладка, перфорации в подмышечной области и под кокеткой на спине) — это самое равное.

МОДУЛЬ 3.

Лекция 9: Методы проектирования одежды.

План занятия

- 1 Методы проектирования коллекции.
- 2 Создание серии моделей на одной базовой
- 3 Виды коллекций одежды
- 4 Процесс разработки промышленной массовой коллекции

Проектирование коллекции. Коллекция (от лат. collectio— собрание) — это систематизированное собрание каких-либо однородных предметов, представляющих научный, исторический или художественный интерес. Коллекция в моделировании одежды — это серия моделей различного назначения, составляющих единство:

авторской концепции; образа;
применяемых в коллекции материалов;
цветового решения;
формы;
базовых конструкций;
стилевого решения.

Создание серии моделей на одной базовой основе является экономически более оправданным, так как промышленному производству невыгодно изготовление разнородных единичных моделей: это требует частой переналадки потоков и разработки технической документации. Кроме того, новые модные стили и направления требуют от промышленности регулярного обновления ассортимента выпускаемых изделий, как правило, в ритме смены сезонной моды.

В зависимости от типа и назначения коллекции в ней преобладают те или иные признаки. В авторской творческой коллекции, например, более существенным является единство концепции, стиля и образа, при этом могут отсутствовать базовые конструкции. В любой коллекции важнейшим признаком является ее целостность, что отличает коллекцию от механического собрания разнородных моделей. Целостность обеспечивается единством стиля, творческого метода, цветовой гаммы, структуры материалов, формы, образов. Кроме того, признаком грамотно разработанной коллекции является динамика, т.е. развитие центральной идеи в данной коллекции. Таким образом, коллекция — это не серия одинаковых или почти одинаковых моделей. Интересное конструктивное или декоративное решение, являющееся «изюминкой» данной коллекции, должно в каждой новой модели «поворачиваться новой гранью», в коллекции должны быть представлены все возможные нюансы развития идеи.

Коллекция может состоять из разных составляющих элементов — это могут быть ансамбли, комплекты, единичные изделия, дополнения и аксессуары.

Виды коллекций одежды. Коллекции подразделяются на несколько видов:

перспективные коллекции, в которых воплощается концепция моды на будущее, как правило, на будущий сезон, представляют новые стили и тенденции. К перспективным коллекциям можно отнести большинство коллекций высокой моды (ведущих домов моды), коллекции «прет-а-порте», созданные известными дизайнерами. Для этих коллекций характерны «заостренные» формы и силуэты, яркие образы, эксперименты с материалами, технологиями и конструкциями. Перспективные коллекции представляют образы будущего человека, поэтому при их проектировании учитываются данные прогнозов моды, тенденции развития образа жизни, прогноз экономической ситуации, данные об изменении цветовых

предпочтений и т.п. Коллекция «прет-а-порте» одновременно является промышленной базовой коллекцией для конкретной фирмы;

- промышленные базовые коллекции предлагают концепцию ассортимента для непосредственного внедрения. В них воплощаются актуальные направления моды, и они предназначены для массового производства. Такие коллекции демонстрируются на ярмарках моды (например, на Парижском салоне или ярмарке моды в Дюссельдорфе) для представителей торговли. Для промышленных коллекций характерны «смягченные» формы, уже апробированные решения. Модные тенденции в этих коллекциях скорее воплощаются в определенных структурах материалов и цветовой гамме;

- авторские коллекции выражают творческую концепцию дизайнера. Авторскими коллекциями являются коллекции высокой моды и коллекции «прет-а-порте», созданные известными модельерами, предназначенные для индивидуального клиента или массового потребителя, а также коллекции, созданные для демонстрации на международных выставках и ярмарках, в ночных клубах, на презентациях, для участия в творческих конкурсах;

- коллекции специального назначения, например коллекции школьной одежды, коллекции форменной одежды.

Все перечисленные виды коллекций дифференцируются исходя из следующих признаков:

- ассортимент: могут быть коллекции пальто, костюмов, купальников, брюк и т. п. в зависимости от профиля фирмы;

- сезонность: как правило, новые сезонные коллекции демонстрируют два раза в год (на сезон осень/зима и сезон весна/лето). Однако крупнейшая промышленная ярмарка моды в Дюссельдорфе перешла на демонстрацию новых коллекций четыре раза в год: на осень, зиму, весну и лето;

- возрастная категория: коллекции одежды для грудных детей, коллекции одежды для тинейджеров и т.н.;

- конкретное назначение: коллекции домашней одежды, одежды для сна, для спорта, отдыха и т. п.

Кроме того, коллекции подразделяются на следующие группы в зависимости от того, кому они предназначаются: индивидуальный гардероб (для индивидуального клиента); массовые (для определенного типа потребителей); групповые (для определенной группы людей): а) коллекции форменной одежды (школьная форма, форма муниципальной милиции и т.п.), б) коллекции фирменной одежды (для работников Аэрофлота, торговых фирм и т.п.), в) коллекции одежды для представительств и делегаций (например, для национальной команды на Олимпийских играх и т.д.).

Работа над новыми коллекциями. В целом создание новой коллекции предполагает следующий порядок:

- 1) формируется концепция перспективной моды на основе прогноза моды, которая воплощается в коллекции тканей и других материалов для

изготовления одежды. Новые тенденции в структуре материалов и модной цветовой гамме демонстрируются на салонах тканей за полтора года до сезона (например, на парижском салоне «Премьер Визион» и ярмарке тканей «Ингерштофф» во Франкфурте-на-Майне);

2) создаются перспективные коллекции высокой моды, которые демонстрируются за полгода до сезона: на сезон весна/лето — в январе, на сезон осень/зима — в конце июля — начале августа (хотя предлагаемые в них стили и тенденции в массовой моде могут реализоваться гораздо позднее), а также коллекции «прет-а-порте», которые демонстрируются за семь-восемь месяцев до сезона: весенне-летние — в сентябре — начале октября, осенне-зимние — в феврале;

3) разрабатываются и создаются промышленные массовые коллекции, которые развивают перспективные тенденции, появившиеся в коллекциях высокой моды и «прет-а-порте». В массовых коллекциях новые стили разрабатываются примерно 1,5 — 2 года спустя после их появления в перспективных коллекциях, а в некоторых случаях — с еще большим запозданием. То же можно сказать и о модных тенденциях в коллекциях мужской одежды, которые «опаздывают» на 1,5—2 года по сравнению с коллекциями женской одежды.

Процесс разработки промышленной массовой коллекции состоит из нескольких этапов.

На первом этапе разработки (соответствует стадии предпроектных исследований) ведутся:

- изучение объективных факторов потребления и спроса: динамики доходов населения, уровня дохода на душу населения, розничного товарооборота и т.п.;
- выявление типологических особенностей потребителей, для которых разрабатывается данная коллекция (маркетинговые исследования);
- исследование взаимосвязи выявленных потребностей потребителей с ценностной ориентацией групп потребителей, для которых разрабатывается коллекция.

В крупных компаниях существуют специальные службы стратегии дизайна, которые занимаются изучением мотивов поведения и потребностей потребителей и решают проблемы фирменного стиля. Эти службы дают рекомендации для разработчиков (группа потребителей, требуемый стиль коллекции, предпочтительные виды ассортимента, рекомендуемая цена изделий и т.п.), которые служат отправной точкой при проектировании.

При выявлении типологических особенностей потребителей учитывают следующие факторы:

- пол и возраст;
- размер и рост;

полноту (здесь необходимо учитывать, что 19,5 % взрослого населения имеют малую полноту, 50,5 — среднюю, 26,5 — большую и 3,5 — очень большую);

модную ориентацию. Исследования поведения потребителей показали, что практически половина всех потребителей (34 % — «запоздалое большинство» + 16% — «отстающие») отвергает все крайности моды, предпочитая не новую моду, а «предыдущие моды» и классические стили;

степень сформированное™ эстетической установки. Потребителей условно подразделяют на четыре группы. Большинство потребителей относится к первой группе со стереотипным подходом к сравнению изделий, не имеющей собственных сложившихся представлений о дизайне. На поведение таких покупателей легче влиять, создавая определенный имидж изделия или марки. Вторая группа потребителей имеет сложившееся представление о критериях выбора и готова только к постепенному изменению предметной среды и появлению нововведений. Третья группа потребителей имеет индивидуальные представления о дизайне, четко определенные и обоснованные. На поведение таких потребителей повлиять труднее всего, даже с помощью рекламы. Более продуктивным является учет их потребностей на этапе проектирования. Четвертая группа — группа «лидеров потребления» — готова принять самые новаторские решения.

Количество моделей в коллекции и их особенности зависят от того, к какой стоимостной группе они относятся. Около 65 % моделей относится к группе дешевых, примерно 30 % — средних, 2 — 5% — дорогих.

Дорогостоящие модели отличают стиль высокой моды, уникальность конструкций, «острота» силуэтов, последние модные тенденции, высококачественные ткани и отделки. К этой группе относятся коллекции класса «прет-а-порте» и «прет-а-порте» класса «люкс». Модели этой группы выпускаются очень малыми сериями — от 5 до 10 воспроизведений. Чем дороже коллекция, тем большее количество моделей она в себя включает.

Модели средней группы отличают практичные фасоны, «смягченные» модные силуэты, модные ткани и надежные марки.

Дешевые модели должны иметь привлекательный вид, замысловатые фасоны, отличаться новизной по сравнению с моделями предшествующей коллекции этой же группы, иметь привлекательные фактуры и рисунки тканей модных расцветок.

Дизайнер должен четко представлять, задумана ли модель для конкретной ассортиментной группы или как многофункциональная. От этого зависят особенности покроя, выбор ткани и цвета.

Разрабатывая коллекцию, дизайнер должен учитывать, какой образ данной марки сложился у потребителей или какой образ необходимо создать.

Лекция 10: Роль иллюзий в композиционном и конструктивном решении моделей

План занятия

- 1 Оптические иллюзии и коррективы формы
- 2 Оптико-геометрические иллюзии
- 3 Инверсия, мозговой штурм

Оптические иллюзии и коррективы формы. Оптико-геометрические иллюзии. Общепсихологические законы контраста. Иллюзия контраста Закономерности зрительных иллюзий, их влияние на объемно - пространственное решение формы предмета. Применение зрительных иллюзий в творческом поиске формообразования изделий.

Инверсия (от лат. *inversio* — перестановка) — метод проектирования «от противного», метод «переворота», абсурдной перестановки. Он способствует всестороннему развитию гибкости мышления проектировщика и позволяет получить совершенно новые, порой парадоксальные, решения. Можно напомнить некоторые примеры применения этого метода в дизайне одежды: одежда сшитая швами наружу; сумки со множеством наружных карманов; двусторонние пальто, плащи, костюмы, жилеты, которые можно носить на обе стороны: превращение нижнего белья в верхнюю одежду; вынесение марки или названия фирмы на полочки и спинки изделия.

Интересно использование декора по методу инверсии: детали, выхваченные из другого изделия; укрупнение декора; смешение видов и стилей декоративных элементов; применение их в самых неожиданных местах и т.д. Особенно часто этим методом пользуются молодые дизайнеры, создающие модели для различных конкурсов, включая международные; в качестве дипломных проектов и т.д.

«Мозговая атака» — метод коллективного генерирования идей в очень сжатые сроки, он основан на предположении, что среди большого числа идей может оказаться несколько хороших. Этот метод продуктивен, если перед специалистами стоит некая неразрешимая проблема. Коллектив людей разных профессий, которые не связаны с решением данной проблемы и которые могут придумать что-то интересное, собирается в каком-нибудь не связанном с производством месте (пароход, хижина в горах, дача и т.д.), чтобы атмосфера производства не оказывала на них давящего воздействия. При этом соблюдается несколько условий:

коллектив должен быть небольшой;

каждый член этого коллектива по очереди должен выдавать идеи, как решить данную проблему, в очень быстром темпе; запрещается всяческая критика; весь процесс записывается на магнитофон.

Результаты работы этого коллектива передаются специалистам, которые начинают анализировать даже самые абсурдные, шутливые и

парадоксальные идеи, выявляя суть решения проблемы, теперь уже оценивая полученную информацию. Большинство методов генерирования идей, основанных на интуитивном мышлении, возникло из метода «мозговой атаки».

«Мозговая осада» — метод проведения быстрого опроса участников с запретом критических замечаний, доведение каждой идеи до логического завершения. Такой метод превращается в длительный по времени процесс, поэтому, он называется «осадой».

Дельфийский — (от древнегреческого названия г. Дельфы, известного своим оракулом) — метод экспертного прогнозирования путем организации системы сбора экспертных оценок, их математическо-статистической обработки и последовательной корректировки на основе результатов каждого цикла обработки.

«Совещания пиратов» — метод, аналогичный методу «мозговой атаки». Применяется при поиске, анализе и критической оценке идей, вплоть до экспертной оценки и подведения итогов.

Карикатура — метод доведения образного решения продукта дизайна до гротескного, абсурдного, приводящий к нахождению нового неожиданного решения. Он помогает дизайнеру определить границы образной модели, способствует развитию творческого воображения. Метод гиперболы, создания гротескного образа широко используется в современном модном эскизе, а также в моделях некоторых дизайнеров одежды с целью создания наиболее выразительного образа (например, Ж.-П. Готье, В. Вествуд, А.Мак-Квин, В.Ван Беирендонк и др.).

«Метод складного ума» - выяснение мнения других - всегда используется в обучении на занятиях со студентами в дизайнерских бюро, где коллективно разрабатывают проблему. На основе высказанных замечаний определяется оптимальный вариант решения проектной задачи. Этот метод был разработан Г. В. Габриель (США).

Лекция 11: Методы творчества, применяемых при проектировании объектов дизайна при конструировании одежды.

План занятия

1 Создание образа.

2 Гармонизация объемной формы

Человек, воспринимая внешний вид изделия, способен почувствовать не только пропорциональное соотношение, масштабность, нюанс (контраст), симметрию и асимметрию, цвет, формы, но и благодаря ассоциативному подходу еще и сходство изделия с окружающими предметами или явлениями, а также почувствовать, например, тот испытанный ранее запах,

вызванный знаковым импульсом, вследствие того, что зрительно ассоциируемый образ имел свойственный ему запах.

Понятие «образ» в современном употреблении используется в нескольких значениях. Любое изображение — рисунок цветка, прибора, горного ландшафта — называют «образом» в широком смысле, т.е. чувственно-конкретным воспроизведением реальных предметов и явлений. Зрительное восприятие предметов реального мира называют «образами» этих предметов в психологическом смысле. В философии понятие «образ» употребляется для обозначения не только чувственного, но и интеллектуального отражения предметного мира психикой человека. *Художественный образ* — это особый тип образности, имеющий и психологическое, и семиотическое, и много других аспектов значения, что и требует эпитета «художественный», конкретизирующего его употребление в теории искусства. Понятие «образ» стало использоваться в конце XVIII в. для обозначения сущности искусства как отражения жизни в образах или мышления в образах. Образ рождается в воображении художника, вызревает там, вынашивается и благодаря воплощению в произведении искусства переносится в воображение зрителя.

Способность образно мыслить редкостна — это признак большого таланта и подлинного вдохновения. Природа художественного образа в том, что типическое проявляется в характерном, общее — в единичном.

Художественный образ в композиции костюма — гармоничное единство образа человека и костюма в определенной среде.

Современные дизайнеры и в коллекциях «от кутюр», и в коллекциях «прет-а-порте» демонстрируют великое множество образных решений, приглашая потребителя к сотворчеству, т.е., выбирая одежду большей или меньшей выразительности, яркости, орнаментальное, человек проигрывает все возможные роли, определяя для себя, насколько каждая конкретная модель соответствует его статусу, месту в обществе.

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. Чтобы создать выразительный и острый образ, автору необходимо быть смелым экспериментатором, новатором, уметь пользоваться языком символов и знаков, поскольку костюм — это система символов и знаков различной степени информативности, вызывающих образные ассоциации у людей. По словам Дж. Фоли, автора энциклопедии знаков и символов, «знаки и символы управляют миром, а не слово и не закон».

Знак — это любое графическое общеупотребительное выражение — как символ, призванный передать какое-либо специфическое сообщение, так и жест, выражающий какую-либо команду.

Символ имеет два значения — это изображение, которое выступает от имени какого-то предмета, который может иметь совершенно другую форму или абстрактное понятие. Вторым значением слова «символ» является письменный знак (буквы, цифры, ноты, математические символы и др.). Наиболее важной функцией знаков и символов является установление связи между людьми посредством графических изображений.

Гармонизация объемной формы

Как известно, жизнь человека протекает как в естественной, так и в искусственной среде — социальной и предметной. Предметная среда — это комплекс изделий, окружающих человека и направленных на удовлетворение его материальных и духовных потребностей. Этот комплекс изделий можно представить в виде предметных колец, последовательно располагающихся по значимости для человека.

Лекция 12: Разработка художественной идеи объекта дизайна на основе метода гирлянд случайностей и ассоциаций при конструировании одежды.

План занятия

- 1 «Параллельные» коллекции
- 2 План создания коллекции
- 3 Создание промышленной коллекции класса «прет-а-порте»

Необходимость подобной дифференциации и желание увеличить число потенциальных клиентов привели к тому, что многие фирмы в 1980-х гг. стали увеличивать количество выпускаемых ими коллекций, дополняя основные коллекции мужской и женской одежды так называемыми «параллельными» коллекциями, рассчитанными на более молодого потребителя и продаваемыми по более низким ценам, и коллекции другого ассортимента и назначения. Первым в этом направлении стал расширять свою «империю моды» итальянский модельер Дж. Армани. Помимо основных коллекций дорогой мужской и женской одежды под маркой «GiorgioArmani» он сейчас выпускает параллельные коллекции «Mani», «EmporioArmani», «ArmaniExchange», «Borgonuovo/ 21», «Armanijeans» и «ArmaniGolf» (дорогая спортивная одежда). По этому пути пошли практически все известные дизайнеры.

У каждой подобной коллекции есть конкретный адресат, потребности и психологический портрет которого ясно представляют себе создатели коллекции. Стремясь расширить число потенциальных клиентов, многие фирмы выпускают коллекции, предназначенные разным группам потребителей: как консерваторам, так и лидерам моды, ценящим смелые идеи и новаторские решения. Например, известная немецкая фирма «HugoBoss», прославившаяся качественной престижной мужской одеждой, выпускает три коллекции каждый сезон. Каждая линия предназначена для

определенного потребителя: «Boss» — для «успешного» бизнесмена, который хорошо выглядит, его интересует мода, но он не собирается «пускать пыль в глаза»; «Baldessarini» — для того, кто «не хочет быть похожим на остальных, одевающихся у «Boss», он обращает внимание на детали, на дорогие материалы, а еще он не хочет, чтобы одежда была «скучной»; «Hugo» — молодежная линия для того, кто «действительно интересуется модой, он хорошо ее знает и хочет отличаться как можно сильнее, он ищет чего-то особенного».

На этапе (проектирование и моделирование) результаты исследований реализуются в определении типов формообразования. На этом этапе замысел коллекции приобретает материальные формы. Воплощение замысла коллекции в конкретных моделях проходит с учетом всех перечисленных выше требований. При этом, разумеется, существует своя специфика как при создании коллекции высокой моды, коллекции «прет-а-порте», так и при разработке промышленной коллекции.

О последовательности работы над коллекцией высокой моды поведал французский кутюрье К.Диор в своей книге «Кристиан Диор и я». В то время, когда вышла в свет эта книга, метод работы Диора над коллекцией был не совсем традиционным для высокой моды: он начинал не с ткани (создания новых моделей методом наколки), а с эскиза, что характерно для работы над коллекцией готовой одежды. Однако впоследствии и в домах высокой моды эскиз приобрел ведущую роль как способ поиска новых идей, и этапы работы над коллекцией, предложенные К.Диором, превратились в новую традицию.

К.Диор предложил такую последовательность работы над коллекцией.

Первый этап работы над коллекцией высокой моды он назвал «студия». На этом этапе:

- создают первые наброски силуэтных форм будущей коллекции на основе ассоциаций с природными и другими формами, разрабатывают эскизы моделей;

- идеи будущей коллекции обсуждают, отбирают самые удачные эскизы и дорабатывают в соответствии с основной идеей коллекции; на основании отобранных эскизов создают макеты моделей, выбирают варианты их отделки. По одному эскизу возможно создание нескольких макетов из ткани, из которых затем будет отобран наилучший;

- просматривают все макеты моделей коллекции, и происходит окончательный отбор.

Второй этап К.Диор назвал «мастерские». На этом этапе:

- разрабатывают план коллекции;

- подбирают ткани для моделей коллекции;

- выбирают манекенщиц, которые будут демонстрировать те или иные модели;

- шьют модели на конкретных манекенщиц, проводят примерки;

выполняют модели-вар и анты;
подбирают аксессуары, с которыми предполагается демонстрировать модели коллекции;
проводят рабочую репетицию;
осуществляют просмотр и окончательную доработку коллекции;
проводят генеральную репетицию просмотра коллекции.

На третьем этапе, названном К.Диором «салон», разрабатывают план показа коллекции, определяют порядок показа моделей, режиссуру показа.

На третьем этапе проводят испытание в контрольной группе потребителей.

На четвертом этапе проектируют рекламное обоснование новой коллекции.

Проектирование промышленной массовой коллекции имеет свою специфику. Прежде чем создать эскизы, определяют концепцию коллекции, ассортимент, сырье, назначение моделей и всей коллекции.

На первом этапе, который можно условно назвать «создание», разрабатывают серии эскизов моделей будущей коллекции в соответствии с определенной цветовой гаммой и конкретными материалами, определяют ведущий силуэт (силуэты) и стиль коллекции.

На втором этапе — планирование коллекции — определяют требуемое количество моделей в коллекции, которое зависит от политики цен данной фирмы, методов распределения, количества коллекций, выпускаемых в год, проводят предварительный отбор эскизов, которые затем будут воплощены в материале.

На третьем этапе — выполнение моделей — на основании эскиза модели создают муляж из ткани (как правило, муслина), на котором проверяется конструкция модели, вносятся коррективы и исправления. Конструкцию модели создают чаще всего методом конструктивного моделирования, когда трансформируют чертеж уже существующих базовых моделей и в него вносят модельные особенности. Затем шьют модели из ткани на манекенщиц.

На четвертом этапе — отбор моделей, или прополка коллекции — отбор моделей проводят до официального показа из уже готовых вещей, сшитых на манекенщиц. Отбор проводят, как правило, директор компании, работники отдела продаж, а также основной заказчик, который лучше продает модели данной фирмы. На основании данных о тенденциях спроса выбирают наиболее удачные и выгодные модели. При этом обязательно учитывается мнение манекенщиц о демонстрируемых ими моделях. Методы отбора зависят от политики фирмы, но в любом случае от коллекции остается небольшое количество моделей, на которые устанавливают цены.

Пятый этап — создание лекал. Так как разработка лекал для всех типоразмеров является дорогостоящим этапом, к нему приступают после полной разработки коллекции. Применение компьютерных технологий позволяет значительно снизить расходы на этом этапе.

На шестом этапе — производство — шьют серии моделей коллекции, количество моделей в серии зависит от политики цен данной фирмы.

Седьмой этап — распределение и реклама коллекции. Сюда относятся не только деятельность торговых предприятий, но и участие фирмы в промышленных выставках и ярмарках, которое помогает найти деловых партнеров и расширить масштабы деятельности, а также реклама в средствах массовой информации и т.п.

Создание промышленной коллекции класса «прет-а-порте» имеет некоторые отличия. В этом случае к этапу производства приступают после предварительного этапа демонстрации коллекции. Показ моделей в дизайне одежды является первичной и основной формой рекламы, мощным рекламным средством в конкурентной борьбе между дизайнерами за звание модного. На премьерный показ новой коллекции, который проводится в рамках недели «прет-а-порте» (в Париже, Нью-Йорке, Милане, Лондоне, Барселоне или Дюссельдорфе, а теперь и в Москве, и в Санкт-Петербурге) в первую очередь приглашают представителей прессы — модных фотографов, редакторов модных журналов и обозревателей моды, а также представителей торговых организаций. Байеры — специалисты, которые занимаются закупками для крупнейших универмагов и бутиков, после показов делают заказы фирмам на те или иные модели. После этого окончательно становится ясно, какими тиражами нужно к началу модного сезона выпустить модели из представленной коллекции, какие модели пользуются спросом, а какие оказались неудачными.

Кроме того, коллекция уровня «прет-а-порте» является перспективной коллекцией — «прогнозом» и «программой» для многочисленных промышленных массовых коллекций. Основными задачами при проектировании перспективной коллекции являются:

- разработка нового образного решения с учетом особенностей и модной ориентации потенциальных потребителей (не рекомендуется представление более трех ведущих образов коллекции согласно закону трехкомпонентности восприятия);

- разработка тонального, цветового и пластического решений традиционного и нетрадиционного ассортимента;

- использование в коллекции новых материалов и фурнитуры;

- определение ведущих силуэтов, которые определяют базовые формы коллекции;

- проектирование головных уборов, обуви и аксессуаров, которые представляют новые тенденции и стили;

- создание новых конструктивных основ для базовых форм коллекции, представляющих новые тенденции моды;

- создание или использование прогрессивной технологической обработки при выполнении моделей, использование новых технологий;

реклама, в частности разработка сценария демонстрации новой коллекции, подбор определенных моделей, создание образов для показа (прически, грим моделей), выбор музыкального оформления, выбор места премьерного показа и т.п.

Промышленная коллекция состоит из ряда ассортиментных коллекций, что связано с тем, что в современной моде часто стираются границы между одеждой для разных сезонов, в массовой моде преобладают комплекты, сохраняет популярность единичный ассортимент.

Работа над ассортиментной коллекцией имеет свои особенности и включает в себя следующие этапы:

- определение количества изделий данного ассортимента, необходимого для удовлетворения потребности;

- выяснение размерно-полнотных и возрастных признаков будущих потребителей данной ассортиментной коллекции;

- определение силуэтов согласно ведущим силуэтам перспективной коллекции с учетом модной ориентации потребителей. Поэтому в подобной коллекции наряду с остромодными моделями должны присутствовать как классические модели, так и модели, представляющие уже существующую моду;

- подбор тканей на рекомендуемые силуэты;

- конструктивная разработка силуэтных форм;

- стилистическая разработка полученной конструктивной основы в результате заполнения базовой структуры мобильными элементами.

В результате возникает мин и-коллекция моделей на одной конструктивной основе. Несколько подобных мини-коллекций объединяются в ассортиментную.

Уже на стадии проектирования промышленной коллекции необходимы унификация и стандартизация, технологических узлов и деталей — создание каталога конструктивно-технологических элементов одежды, что позволяет экономить средства и время при запуске новых моделей в производство. Частая переналадка потоков в промышленности создает дополнительные трудности при производстве новых коллекций. Унификация элементов и применение компьютерных технологий позволяют существенно снизить затраты и сократить время на внедрение новых моделей. Мобильность среднего и малого бизнеса создает дополнительные преимущества с учетом постоянно меняющейся конъюнктуры. На малых предприятиях время на запуск новой модели может составлять не более двух недель: одна неделя — на разработку, одна неделя — на контрольные испытания (когда проверяется реакция покупателей на новую модель, сшитую небольшой партией).

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Айдынбекова, Ж.Т. Конструирование одежды: учебник/Ж.Т. Айдынбекова, С.Б. Нурпеисова, А.Е. Асанова. - 2-е изд. - Астана: Фолиант, 2011, 2008. - 224 с.: ил..
2. Захарченко, И.В. Конструирование одежды: учеб.пособие/И.В. Захарченко. - Астана: Фолиант, 2010. - 224 с.
3. Такишева Г.А. Моделирование и художественное оформление одежды: учебник/Г.А. Такишева. - Астана: Фолиант, 2008. - 184 с.
4. Хомутов А.Е. Антропология: учебное пособие / А.Е.Хомутов. - Ростов н/Д.: Феникс, 2002. – 384с.
5. Дунаевская Т.Н., Коблякова Е.Б. и др. Размерная типология населения с основами анатомии и морфологии: учебник / Т.Н. Дунаевская, Е.Б. Коблякова и др. - М.: Мастерство, Академия, 2001. – 284с.
6. Куренова С.В., Савельева Н.Ю. Конструирование одежды: учебное пособие / С.В. Куренова, Н.Ю. Савельева. - Ростов н/Д.: Феникс, 2003. – 479с.
7. Калмыкова Е.А., Лобацкая О.В., Материаловедение швейного производства. – Минск: Высшая школа, 2001 - 350 с.
8. Савостицкий Н.А., Амирова Э.К., Материаловедение швейного производства. – Ростов-на-Дону.: Феникс, 2002 - 238 с.
9. Степучев, Р.А. Костюмография: учеб.пособие/Р.А. Степучев. - М.: Академия, 2008. - 288 с.
10. Технология швейных изделий: учеб.пособие/ Э.К. Амирова [и др.]. - 5-е изд., стер. - М.: Академия, 2011. - 480 с.: ил.
11. Артамошина, Маргарита Николаевна. Информационные технологии в швейном производстве: учебник/ М.Н. Артамошина. - М.: Академия, 2010. - 176 с.
12. Мурыгин, В.Е. Основы функционирования технологических процессов швейного производства: Учеб.пособие для студ. вузов / В.Е. Мурыгин, Е.А. Чаленко. - М.: Компания Спутник+, 2001. - 300 с.: ил.
13. Каграманова, И.Н. Технологические процессы в сервисе. Совершенствование технологии швейных изделий на основе средств малой механизации: учеб.пособие / И.Н. Каграманова. - М.: Форум: ИНФРА-М, 2007. – 144 с.
14. Крюкова, Н.А. Технологические процессы в сервисе. Отделка одежды из различных материалов: учеб.пособие/Н.А. Крюкова. - М.: Форум: ИНФРА-М, 2007. – 240 с.
15. Сторожев, Владимир Васильевич. Машины и аппараты легкой промышленности: учебник для студ. вузов/ В.В. Сторожев. - М.: Академия, 2010. - 400 с.
16. Труханова, А.Т. Основы технологий швейного производства: учебник / А.Т. Труханова – М.: Высш. шк., 2002.- 336 с.