

создания печатей и штампов в электронном виде, человек может использовать графические программы (Coral Draw, Photoshop) или же использовать конструктор печатей и с минимальными затратами времени и средств создать печать и штамп.

Сегодня такие виды графики, как печать и штамп, широко используются в современном графическом дизайне. Дизайнеры всего мира используют этот метод передачи визуальной информации в своих проектах. Данный метод позволяет достичь высокой степени импровизации и вариативности изображения. С помощью штампа возможно повторять удачные фрагменты графических работ много раз, а в промышленном масштабе это позволяет выпускать дизайнерские изделия партиями. Можно сказать, что эта техника не устаревает, а становится актуальнее и современнее. Данный графический прием введен в учебные программы по курсу «Проектная графика» и позволяет получать интересные студенческие работы и проекты.

УДК 687.016

ЭКОЛОГИЯ & МОДА. НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ПРОЦЕССЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ В КЛАССИЧЕСКОМ СТИЛЕ

Аксенова Д.А., студ., Фирсова Ю.Ю., к.т.н., доц.
*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва, Российская Федерация*

Реферат. Курс России на импортозамещение и конкурентоспособность отечественных товаров невозможен без глубокого анализа продукции отраслевых лидеров рынка, а также без выявления нарастающих в обществе запросов на решение человеческой задачи.

Ключевые слова: одежда, ассортимент, мода, тренд, микро-тренды, экология, переработка отходов, фотохромные элементы.

В наше время остро стоит проблема экологии. Помимо экологических катастроф, природу также загрязняют выхлопы машин, выбросы в реки вредных веществ, скидывание мусора в океан и многие прочие. Глобально все действия человека приводят к разрушению озонового слоя, кислотным дождям, загрязнению атмосферы, воды и почвы, а также приносит вред и животным. Также с изобретением полиэтилена, а вследствие и появление упаковок, пакетов, бутылок и остальных производных, которые долго разлагаются, загрязнение приобрело новый оборот.

В качестве новации в проектируемую коллекцию женской одежды предлагается интегрировать ткани из переработанных отходов. Внешне эти материалы практически неотличимы, но, в качестве маркетинговой истории, в авторской коллекции в эти ткани будут внедрены фотохромные элементы, которые под воздействием света изменяют цвет, проявляясь в виде орнамента.

В качестве объекта для изучения маркетинг- и дизайн-стратегии был выбран модный Дом Valentino S.p.A. – итальянский модный дом, основанный в 1960 году дизайнером, Валентино Гаравани и входящий в Valentino Fashion Group. Главная ценность Дома – уважение к окружающей среде. Бренд обязуется внедрять прозрачные процедуры и методы для снижения негативного воздействия на планету. Концепция «Переосмысление», или поиск нового значения, заключается в создании предметов и коллекций, которые будут служить долго, в применении инноваций для совершенствования методов производства и расширения границ творчества [1].

Чтобы быть конкурентоспособным бренд должен быть узнаваемым. Например, Valentino можно отличить по ярко-красному цвету и его оттенкам, металлическим заклепкам в виде пирамид на обуви и сумках, также отличить бренд можно по полупрозрачным тканям. Большими плюсами являются обращение бренда к экологичному потреблению, что весьма актуально в наши дни – времени гиперпотребления, а также у Valentino самая большая размерная сетка и диапазон цен, что позволит каждому покупателю подобрать себе вещь.

Одним из конкурентов является Burberry, основанный в 1856 году в Великобритании. Отличительной чертой этого бренда является клетка, что и стало его визитной карточкой в начале пути высокой моды. Как и у Valentino, размерный ряд и диапазон цен достаточно большие,

однако из-за четкие образы выглядят более классическими и строгими, что подойдет не каждому покупателю. Такие вещи нужно уметь сочетать правильно, чтобы образ выглядел целостно и гармонично.

Roberto Cavalli был основан в 1940 году в Италии. Отличительной чертой является анималистичный принт и черный цвет. Материалы используются не полностью натуральные, а цены относительно невысокие. Также размерный ряд небольшой. Однако стоит отметить, что бренд направлен на отображение женственности.

Бренд Gucci был основан в 1921 году в Италии. Его легко можно узнать по зелено-красно-зеленой полосе. Материалы используются в основном искусственные, но есть также элементы одежды, состоящие из шелка и других натуральных материалов. Бренд также известен высоким качеством изделий, к тому же является одним из самых узнаваемых в наше время. Размерный ряд в основном небольшой.

Yves Saint Laurent был основан в 1961 году во Франции. Изначально бренд основывался на андрогинной моде, что можно проследить и в новых коллекциях. Для многих потребителей большим плюсом будет использование только натуральных материалов: шерсть, шелк, хлопок. К сожалению, стиль бренда достаточно строгий и подойдет не всем, но диапазон цен достаточно большой, чего нельзя сказать про размерный ряд.

Еще одним конкурентом является Prada, основанный в 1913 году в Италии. Как и многие бренды, в коллекциях используют только природные материалы. Для нашего времени большим плюсом является, что сумки, плащи и пуховики изготавливают из переработанного пластика, который попадает в океан. Однако многая одежда выглядит экстравагантно, да и размерный ряд не очень большой.

Bottega Veneta был основан в 1966 году в Италии. Вещи создаются из натуральных тканей и смесового материала. Стиль достаточно строгий и классический, цветовая гамма светлая, но присутствуют и яркие вещи. Диапазон цен большой, но маленький размерный ряд.

Проанализировав конкурентов бренда можно сказать что они достаточно разнообразны. Однако не многие стоят наравне, поскольку не отвечают тенденциям настоящего времени. Действительно конкурирующим является Prada, поскольку они отвечают глобальным проблемам, которые остро стоят в наше время, а именно экологии.

Объектом аналитического изучения стали коллекции модного Дома «Valentino», за период с 2000 по 2023 год. Анализу подвергся ассортиментный ряд, силуэтная форма моделей, материалы и цветовая палитра коллекций. Из диаграммы (рис. 1) можно наблюдать, как изменялось процентное соотношение ассортиментных групп в каждом из десятилетий. В 2000-х годах было почти одинаковое количество костюмов и юбок, при этом совсем малое количество платьев. В 2010-х годах преобладали платья, и напротив, костюмов и юбок меньшинство, в сравнении с 2000-ми годами. В 2020-х годах количество платьев, юбок и костюмов выравнивается, но при этом – явное преобладание костюмной группы.

Более детальный анализ позволил выявить изменения силуэтной формы в рамках ассортиментных групп коллекций. В 2000-х годах костюм представляет собой достаточно классическую форму: жакет с воротником и втачным рукавом, романтичности ему придает

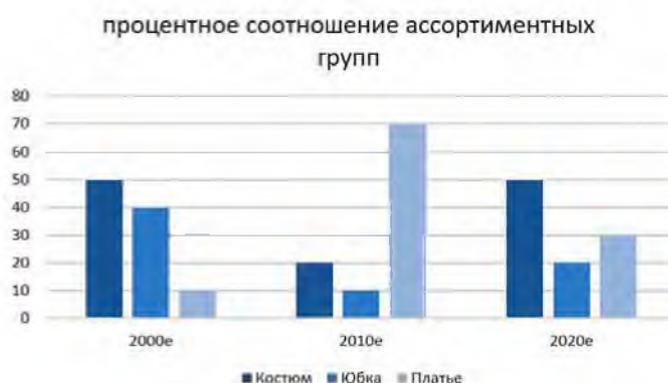


Рисунок 1 – Анализ соотношения ассортиментных групп в коллекциях женской классической одежды модного Дома Valentino

вышивка у застежки. Брюки без особых отличительных черт. силуэт полуприлегающий. Платье в романтическом стиле, присутствует много оборок, ткань сама по себе летящая. Рукав короткий, длина платья до середины бедра, силуэт приталенный за счет корсета. Образ с юбкой и блузой приталенный. Юбка длиной ниже колена, из шелка (рис. 2 а). В 2010-х годах костюм приобретает новый вид – классический жакет преобразуется в некий кардиган до пола. Однако брюки так и остаются классическими, но немного расширяются в отличие от 2000-х годов, а вместо классической блузы используется длинное полотно

ткани, которое после сплетается в бант на шее. Силуэт у костюма прямой за счет свободного кардигана. По силуэту платье отяжеляется, становится более строгим по сравнению с предыдущим десятилетием. Длина самого платья изменяется – оно уже до пола, как и рукав, который становится до запястья. Силуэт платья полуприлегающий. Юбка тоже меняется, длина становится до щиколотки, сама юбка плиссированная. Фактура блузы тоже изменилась – больше нет полупрозрачных и скользящих тканей (рис. 2 б). В 2020-х костюм изменяется – в место брюк теперь мини-юбка. Однако полупрозрачная блузка напоминает 2000-е годы, жакет остается классическим, но становится более объемным и делает силуэт овальным. В платье остаются полупрозрачные ткани, но уже в сочетании с более плотным материалом. Рукав длинный, до запястья, длина платья выше лодыжки. Силуэт приталенный. Юбка до лодыжки, расклешенная, из плотного материала. Блуза непрозрачная и достаточно плотная, длина рукава до локтя. Силуэт приталенный за счет пояса.

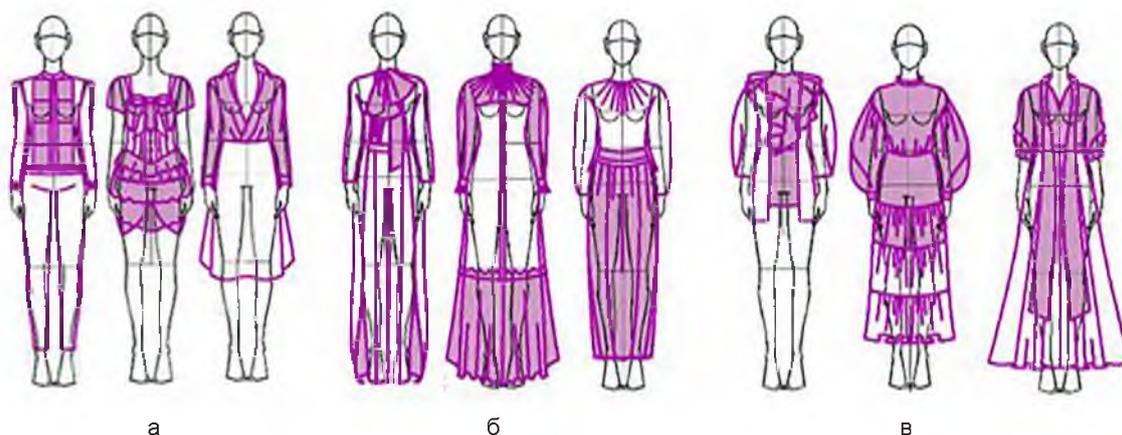


Рисунок 2 – Матрица изменения силуэтных форм одежды в коллекциях женской классической одежды модного Дома Valentino

Проанализировав таблицу цветовой палитры бренда можно заметить, что в 2000-х годах придерживались пастельным тонам, приглушенным оттенкам, однако стоит помнить, что красный всегда присутствовал в коллекциях, поскольку он являлся основной изюминкой бренда. К 2010-м годам цвета стали темнее, но насыщеннее. Красный цвет приобретает другой вид, преобразовываясь в ягодный. К 2020-м годам черный и белый стали основными, другие цвета редко занимают всю площадь образа, чаще они являются лишь дополнением. Красный снова трансформируется, но уже в розовый. Анализ орнаментов и фактур в коллекциях женской классической одежды модного Дома Valentino показал, что в 2000-х годах больше всего использовалось камней, которые придают блеск образу, а также создавали интересную фактуру. Также присутствует растительный орнамент и классическая клетка. В 2010-х годах



Рисунок 3 – Эскизы женской одежды в классическом стиле из авторской коллекции Аксеновой Дарьи

предпочтение отдается растительному орнаменту, который чаще представляет собой вышивку. Однако камни совсем не пропали, они все еще остаются в вечерних образах. В 2020-х годах орнаменты остаются растительными, но добавляется орнамент, состоящий из логотипа бренда. Фактур становится больше, чаще всего они создаются конструктивно из мелких кусочков ткани.

На основе проведенного исследования была создана авторская эскизная коллекция, воплощающая современное прочтение классического стиля в женской одежде (рис. 3).

Для перспективного развития Нового бренда VA разработаны тезисы авторского тренд-прогноза:

1. Использование ткани из переработанных материалов.

2. Фотохромные элементы на одежде из переработанных материалов – узнаваемая черта бренда.
3. Использование микротрендов, соответствующих времени: шлейфы, широкие брюки, юбка- карандаш, стразы.

Список использованных источников

1. We love brands об истории Valentino [Electronic resource]. – Mode of access: <https://welovebrands.com.ua/brandomania/valentino/>. – Date of access: 12.03.2024.
2. Voice о материалах из переработанного вторсырья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.thevoicemag.ru/fashion/how_to/odezhda-iz-pererabotannyh-materialov-zachem-ee-pokupat-i-naskolko-onabezopasna/. – Дата доступа: 12.03.2024.
3. Recycle.net о переработке вторсырья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://recycle.net/plastmassy/izdeliya-iz-vtorichnogoplastika/obuv-i-odezhda-iz-pererabotannogo-plastika/>. – Дата доступа: 12.03.2024.
4. Благова, П. А., Фирсова, Ю. Ю. Экологичные материалы в концепции апсайк-коллекции: материалы Всероссийской научно-практической конференции «ДИСК- 2022»: сборник материалов Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2022. – С. 167–171.
5. Малахова, Е. Н., Фирсова, Ю. Ю. Правило «золотой пропорции» для гармоничного гардероба: материалы конференции Инновации и технологии к развитию теории современной моды «МОДА (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)». Сборник материалов I Международной научно-практической конференции, посвященной Ф. М. Пармону. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 05–07 апреля 2021 г. Часть 2. –С. 118–122.
6. Егупова, Е. В., Фирсова, Ю. Ю. К вопросу об эскизе костюма: спор эстетики и технологии: сборник материалов II Международной научно-практической конференции Инновации и технологии к развитию теории современной моды, «Мода (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)», посвящённая Ф. М. Пармону. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», апрель 2022. – С. 328–331.

УДК 687.016

ЭКСПРЕСС-ОБЗОР ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ СТИЛЯ БОХО ПРИ РАБОТЕ НАД АВТОРСКОЙ КОЛЛЕКЦИЕЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ «КРАСОТА В БЕЗУМСТВЕ»

*Котковская М.С., студ., Фирсова Ю.Ю., к.т.н., доц.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва, Российская Федерация*

Реферат. Бохо – это стиль одежды, который обладает непринужденным и романтическим характером, унаследованным от богемной культуры прошлых эпох. Бохо в моде стал символом свободы, эклектики и непринужденной красоты.

Ключевые слова: стиль бохо, одежда, ассортимент, мода, «иконы стиля» XX и XXI веков.

Яркие ткани, свободный крой, изобилие аксессуаров и многослойность – именно так можно охарактеризовать этот стиль. Он объединяет практически все временные промежутки, соединяет в едином образе этнические мотивы древних народов, нотки винтажа и современные тенденции. Это мода вне времени. Женственность, юбки, платья, цветочный принт, нежные украшения, всё это формирует женственный образ.

Одной из известных личностей XIX-XX веков, которая могла бы быть описана как представительница стиля бохо, является Амелия Эрхарт. Она была известной американской авиатриссой и писательницей, которая стала первой женщиной, перелетевшей Атлантический